

Tirature

'08

L'immaginario
a fumetti

A CURA DI VITTORIO SPINAZZOLA

ilSaggiatore
Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori

www.saggiatore.it

www.fondazionemondadori.it
info@fondazionemondadori.it

Indice a cura di Patrizia Landi

© Gruppo editoriale il Saggiatore S.p.A. / Fondazione Arnoldo
e Alberto Mondadori, Milano 2008

SOMMARIO

L'IMMAGINARIO A FUMETTI

Corto taglia corto <i>di Enzo Marigonda</i>	10
La camicia gialla di Tex <i>di Bruno Falchetto</i>	16
Dylan Dog, orrori dal postmoderno <i>di Giuliano Cenati</i>	20
L'inattualità efficace di Diabolik <i>di Federico Bona</i>	26
Valentina, il glamour del sadomaso light <i>di Giuliano Cenati</i>	32
Cocco Bill non muore mai <i>di Mauro Novelli</i>	38
Gli occhiali di Cipputi <i>di Mario Barengbi</i>	44
Zanardi o la carnevalizzazione della morte <i>di Bruno Pischedda</i>	49
La forza di Bobo <i>di Luca Raffaelli</i>	58
Lo sdoganamento dei fumettacci <i>di Vittorio Spinazzola</i>	61

GLI AUTORI

Alte tirature

Broken Italian, letteratura migrante <i>di Alberto Rollo</i>	66
---	----

Dio non comanda e anche i padri latitano <i>di Giovanna Rosa</i>	74
Tre Magris al mese <i>di Alberto Cadioli</i>	80
Il fascismo al tempo di 3MsC <i>di Paolo Giovannetti</i>	83
Il senso delle donne per la guerra <i>di Chiara Richelmi</i>	90
Il «Ferrante novel» <i>di Maria Serena Palieri</i>	96
Si fa ma non si dice <i>di Sylvie Coyaud</i>	100
Storie di precariato <i>di Stefano Ghidinelli</i>	107
La canzone cerca il libro. E viceversa <i>di Umberto Fiori</i>	113
Comprati in edicola	
Alla ricerca del fumetto perduto <i>di Paolo Interdonato</i>	119
Una Pimpa per le bimbe <i>di Maria Sofia Petruzzi</i>	127
Adottati a scuola	
In Lombardia non si pensa con le mani <i>di Paolo Giovannetti</i>	134

GLI EDITORI

Cronache editoriali

Il libro italiano non è poi così debole
di Marco Gambero 142

Chi guadagna di più con Harry Potter?
di Paola Dubini 149

L'associazione dell'immateriale
di Dario Moretti 156

In libreria con le Coop
di Alessandro Terreni 161

Fuori catalogo e non disponibili,
morti apparenti e desaparecidos
di Laura Cerutti 167

I diritti negli archivi
di Silvia Stabile e Guido Guerzoni 173

Dal testo al libro

Scrivere per pubblicare
di Laura Lepri 179

L'era del Web 2.0. Scorci di scenari futuribili
di Graziano Nani 184

Le vie della promozione

Festival letterari: cultura o spettacolo?
di Roberto Carnero 189

Lo spot di un libro
di Tina Porcelli 193

I LETTORI

Letture sotto inchiesta

Libri e mestieri: oltre la lettura
per il tempo libero
di Pierfrancesco Attanasio 200

Leggere, comprare...
di Giovanni Peresson 205

Il pubblico delle biblioteche

Il difficile accesso dei fumetti
alle biblioteche
di Michele Ginevra 225

MONDO LIBRO 2007

Calendario editoriale

Settore solido, ma non in crescita
di Stefano Salis 234

Le cifre del libro

Editori e lettori: sintonia o fraintendimento?
di Paola Dubini ed Elena Raviola 249

Almanacco ragionato delle classifiche

Bene gli italiani
di Giuseppe Gallo 253

Diario multimediale

«Nati digitali» e «immigrati digitali»
di Cristina Mussinelli 260

Indice dei nomi e dei titoli 269

L'IMMAGINARIO A FUMETTI

Corto taglia corto
di Enzo Marigonda

La camicia gialla di Tex
di Bruno Falcetto

Dylan Dog, orrori dal postmoderno
di Giuliano Cenati

L'inattualità efficace di Diabolik
di Federico Bona

Valentina, il glamour del sadomaso light
di Giuliano Cenati

Cocco Bill non muore mai
di Mauro Novelli

Gli occhiali di Cipputi
di Mario Barengbi

Zanardi o la carnevalizzazione della morte
di Bruno Pischedda

La forza di Bobo
di Luca Raffaelli

Lo sdoganamento dei fumettacci
di Vittorio Spinazzola

Corto taglia corto

di Enzo Marigonda

Eleganza e sangue freddo, sguardo seduttivo e pudore: Corto Maltese è un eroe che attraversa innumerevoli avventure senza perdere il proprio fascinoso aplomb. Del resto, il «bel marinaio» ama fare dell'ironia sulla propria natura di cattivo soggetto, forte di un'ambiguità morale coltivata con ironica noncuranza e di un sano disincanto nel giudicare la natura umana. Elusivo, a tratti distaccato, i suoi occhi sempre celati lasciano intravedere una regione nascosta, non accessibile ai visitatori superficiali. Ma dietro l'imperativo di non apparire tenero, molle, sentimentale – in definitiva vulnerabile – c'è soprattutto la volontà di mantenersi libero e svincolato da ogni giudizio.

Ha attraversato con eleganza e misura mille avventure, intrighi, esperienze estreme, perdendo raramente il suo aplomb e senza spendere una parola di troppo. O almeno, dando ai presenti un'impressione di grande riserbo e autocontrollo, con occasionali cedimenti e infrazioni alla regola forse più numerose di quel che parrebbe a prima vista.

Già l'abbigliamento aiuta subito a cogliere alcune proprietà cardinali del personaggio. Nel corso delle vicende di cui è protagonista, Corto Maltese indossa per lo più una sorta di divisa, quasi un abito di scena, che lo identifica come uomo di mare. Marinaio di un certo rango, che si è meritato il titolo di «comandante». Solo in situazioni limite, di grande movimento o di calura eccessiva, se ne libera, mostrando un corpo tonico e muscoloso, più robusto di quanto farebbe pensare la sua abituale uniforme, un po' rigida e stretta, secondo l'uso del tempo. La lunga giubba a doppio petto e il copricapo parlano chiaro del suo statuto di capitano, in una fase in cui la navigazione a vela non aveva ancora ceduto del tutto a vapori e motori.

D'altronde, non va dimenticato che il nostro eroe è un figlio d'arte: anche il padre, nativo della Cornovaglia, andava per

mare, e nell'isola di Malta doveva aver incontrato la donna, un'affascinante zingara, da cui sarebbe nato Corto.

Del sangue freddo, dell'estrema lucidità di Corto Maltese nell'affrontare, quasi sempre su sfondi esotici e marinari, una somma di pericoli, peripezie, enigmi, minacce mortali, circostanze imprevedibili, nemici insidiosi, situazioni di crisi, ai tempi della Prima guerra mondiale o giù di lì (spesso con importanti implicazioni geopolitiche, come si direbbe oggi), si sa molto, se non tutto.

Una qualità eminente del personaggio è la sua capacità di reagire in modo assai rapido, intelligente ed efficace alle situazioni più difficili e ingarbugliate. È vero che si tratta di una capacità comune a quasi tutti gli eroi delle storie d'azione, ma le doti di attenzione e acume di Corto sembrano sviluppate in misura singolare.

Parla poco, in genere, e questo costituisce già un segnale significativo di una notevole capacità di ascolto. Non invade lo spazio in cui si trova momento per momento, ma in parecchie circostanze preferisce rimanere in silenzio, concentrato, secondo la modalità dei gatti (animali che peraltro apprezza, al punto da parlarci insieme, quando non c'è nessuno in giro a origliare). Sa attendere. E anche far attendere, come fanno le donne, non poche, che subiscono il suo fascino.

Anche lui del resto è sensibile al fascino delle signore, di ogni razza e provenienza, purché misteriose e con una forte personalità, non necessariamente bellissime. Secondo le regole del genere avventuroso, che prevedono una buona dose di ritrosia e inconcludenza dell'eroe nelle faccende erotiche, non si va al di là delle schermaglie, e di qualche rara espressione amorosa. Gestii espliciti, ma pur sempre contenuti: un abbraccio inatteso, un bacio d'addio.

La seduzione spesso si consuma tutta negli sguardi. Ma Corto, sempre attraverso il magnetismo dell'occhio, esercita una fascinazione ad ampio raggio, a cui nessuno rimane del tutto insensibile, neppure l'avversario, il cattivo, il tagliagole. A cominciare dall'odiato-amato Rasputin, folle crudelissimo e completamente privo di scrupoli.

Lo sguardo del «bel marinaio» (così lo chiama Bocca Dorata, uno dei personaggi femminili meglio caratterizzati) appare appuntito e insieme sfuggente, concentrato e vago, diretto e de-

viato, presente e distratto, agganciato alla realtà e perduto nel sogno. Non rivela mai ciò che il personaggio ha in mente o sta pensando, ma custodisce la sua imprevedibilità, lo rende inafferrabile, libero, remoto.

Il singolare trattamento grafico dedicato alla parte del viso dove ha sede lo sguardo meriterebbe un'analisi dettagliata. Gli occhi appaiono acuti, penetranti, ma nel contempo velati e confusi in un reticolo di linee che evocano l'ombra, il retropensiero, il segreto. Se gli occhi sono lo specchio dell'anima, quella di Corto tende a nascondersi dietro una superficie opaca, o forse offre una trasparenza puramente ostentata, che non vuole neppure illudere, ma lascia intravedere una regione nascosta, non accessibile ai visitatori superficiali.

I modi di agire e di reagire sembrano corrispondere alla peculiarità e all'uso sapiente dello sguardo. Non si lasciano mai afferrare né anticipare. Conservano qualcosa della freddezza del serpente.

Nelle sue azioni c'è spesso qualcosa di ambiguo e minaccioso: una qualità piuttosto singolare, per un eroe positivo. È vero che Corto si schiera sempre dalla parte giusta e che interviene istintivamente in difesa dei buoni e dei deboli («forse sono il re degli imbecilli, l'ultimo rappresentante di una dinastia completamente estinta che credeva nella generosità, nell'eroismo», dice di sé con qualche civetteria nel mezzo di una delle sue avventure), ma non lo fa necessariamente in modo cavalleresco.

Ci tiene del resto ad affermarlo in modo esplicito: «non voglio essere un eroe... mi basta essere un mozza-teste». Calci nelle palme o mozziconi di sigaro spenti nell'occhio di avversari troppo grossi per essere atterrati con un pugno testimoniano un uso alquanto disinvolto delle buone regole del duello. Nessuna preoccupazione di lealtà, dovendo confrontarsi con gente veramente cattiva.

Cattivo d'altra parte Corto si definisce e vuole essere considerato. Per esempio, quando si rifiuta di dare soddisfazione a un nemico morente (Bepi Faliero) o quando deve rispondere di un comportamento crudele. A chi gli chiede «perché è tanto cattivo?», risponde con una certa dose di compiacimento e noncuranza «non lo so, è un dono di natura».

Ama indugiare sui propri difetti, ama fare dell'ironia sulla propria natura di cattivo soggetto. Frasi dette al tavolo da gioco,

come «sono un baro, avvocato. Onestamente ti avverto», colgono in pieno l'apparente ambiguità morale di Corto, la sua costanza nel coltivare un'immagine canagliesca da offrire agli altri, consapevole di stare sempre su un palcoscenico, «recitando per un pubblico invisibile».

Malgrado qualche sospetto di dandismo, tuttavia, Corto Maltese non apprezza esibizioni e scene madri, non è un istrione né uno smargiasso. Un timido, piuttosto, o comunque un tipo che tiene la discrezione nel massimo conto, capace di gesti teneri purché nessuno ne sia testimone, deciso a difendere i propri sentimenti più privati e segreti dalla vista e dalle opinioni altrui. Prova ne sia il rifiuto dei soprtoni e degli elogi, anche da parte degli amici (Steiner, per esempio, il dotto ubriacone).

Di regola, si schermisce quando gli viene attribuita una nobiltà d'animo che in realtà possiede e sa bene di avere. Oppure provoca accuse aperte di cinismo e pusillanimità, a cui peraltro non crede affatto neppure chi le pronuncia. D'altra parte, capita che lui stesso metta in dubbio la moralità delle persone che stima, così da accreditare la propria immagine di scettico radicale, disincantato nel giudicare la natura umana. Ecco per esempio una sua battuta rivolta a una donna, nel quadro delle solite schermaglie pseudoamorose: «non ti credevo tanto disinteressata». «Giudichi gli altri secondo te stesso, Corto Maltese», ritorce prontamente l'interlocutrice.

Una sua preoccupazione fissa, con ogni evidenza, è di non apparire tenero, molle, sentimentale, con gli effetti di vulnerabilità che ne discendono. Preoccupazione peraltro fondata: come gli fa notare un amico prendendolo in giro, «non ho mai visto nessuno più romantico di te... scommetto che in autunno vai a sederti solo soletto sulla panchina del parco».

Dietro al pudore dei sentimenti, più che la timidezza, agisce la volontà di mantenersi libero, di non farsi incasellare, di essere svincolato da ogni giudizio esterno. La prospettiva di vedere limitata la propria indipendenza risulta minacciosa quanto una situazione di reale pericolo. La reazione più tipica di Corto è la battuta spiritosa, l'ironia, l'atteggiamento cinico e noncurante, quasi a ridimensionare l'entità della minaccia: «quando mi trovo in una situazione imbarazzante faccio sempre lo spiritoso, ma mi riesce male».

In realtà ha in sé un pizzico di tenace narcisismo che gl'impedisce di apparire mai veramente selvatico o scontroso. Sarà anche elusivo, ma non si sottrae del tutto alle investigazioni curiose sul proprio carattere: «qual è stata la tua vita?» «non posso lamentarmi... ho avuto più di quel che ho dato... ma non si fanno domande simili, non sta bene» si corregge subito, quasi rendendosi conto che le matematiche morali e i conti sugli attivi e i passivi dell'esistenza sono indegni di lui.

Nella concitazione dell'avventura, le reazioni a caldo di Corto rivelano spesso le sue simpatie, che non si lasciano ricondurre a convinzioni e ideologie precise, e che semmai si accompagnano al rifiuto di ogni visione ideologica della realtà, normalmente associata a rigidità eccessiva, prepotenza, comportamenti violenti di personaggi poco raccomandabili. I fanatici, i fascisti, i personaggi dominati dall'odio, dall'avidità, dalla volontà di potenza non godono della simpatia di Corto. In un'avventura veneziana ambientata negli anni venti, si rifiuta persino il gesto apparentemente banale di condividere una sigaretta con il capetto degli squadristi locali («io di solito non offro le mie sigarette alle persone che non conosco»).

Neutralità e distacco sono solo atteggiamenti, apparenze, rientrano in una parte. Che lui però continuerà a sostenere sempre, lasciando pochi varchi all'impulso, allo sfogo, all'autenticità degli affetti. Chi lo conosce bene tuttavia non s'inganna: «perché fai sempre finta di non interessarti di quello che succede intorno a te?», gli viene fatto notare. La risposta, se mai arrivasse, potrebbe essere di questo tipo: «perché ci tengo troppo al mio personaggio del solitario indipendente libero da ogni costrizione» (con un pizzico di «bel tenebroso», viene da aggiungere). Ma poi è lui stesso ad ammettere l'attitudine a farsi coinvolgere, se non altro per il gusto di conoscere e scoprire: «maledizione, questa curiosità sarà la mia fine, un giorno».

Solo nelle ultime avventure, forse per stanchezza o per l'avanzare dell'età (peraltro non tradita per nulla dall'aspetto), Corto Maltese si mostra incline a rivelare qualcosa di sé, dei suoi sogni, delle sue preferenze. È significativo che l'apertura intimistica si manifesti proprio a Venezia. All'improvviso, in un momento di trasporto, forse anche di malinconia, Corto lascia trasparire

qualcosa delle sue letture, dei suoi gusti letterari. Non sappiamo molto dei suoi studi, della formazione culturale che ha ricevuto. Molto irregolare, probabilmente. Cultura esperienziale e non libresca, si direbbe, anche se tutte le volte che si arriva al momento in cui i sapienti (Levi Colombia, Steiner ecc.) sciorinano le loro cognizioni di archeologia, esoterismo, protostoria ecc. per dipanare l'intrico di un enigma, come succede in molte avventure, lui sa reggere bene il confronto e dà mostra non solo di assimilare e di capire alla svelta, ma di saperne parecchio già per conto suo.

A Venezia però non esibisce freschezza di nozioni o prontezza d'intelletto, bensì passione, ammirazione, entusiasmo per un personaggio bene identificato: «eterno perdigiorno, ingenuo don Chisciotte da strapazzo, seduttore frustrante e frustrato, parassita romantico, forse anche sentimentale». Sta parlando di sé o del suo idolo? E subito dopo, rendendogli omaggio: «ti odio ti amo t'invidio e ti saluto, Rolfe Baron Corvo». La scelta di un modello identificatorio così caratterizzato, lo scrittore decadente, l'avventuriero, il personaggio stravagante al di fuori di ogni regola, attesta una volta di più il dandismo, la teatralità sommessata e studiata di Corto Maltese, a protezione di un cuore generoso e misterioso.

La camicia gialla di Tex

di Bruno Falchetto

I fumetti di Tex Willer sono la «narrativa d'avventure» autoctona che serviva all'Italia del dopoguerra (e che è mancata alla letteratura senza disegni). Fuorilegge, ranger, navajo: familiare e inconfondibile, la sua solidità serena riesce a contemperare rispetto delle leggi e difesa (anche autonoma) della giustizia, risolutezza da eroe solitario e protagonismo condiviso, genere western e ibridazioni fantastiche. Un efficace connubio di felicità inventiva e robustezza di gestione che ha garantito al fumetto bonelliano di «Aquila della notte» sessant'anni di presenza ininterrotta in edicola, in formati sempre rinnovati, fino alla recente inedita versione in quadricromia.

Quasi sessanta, e non li dimostra. Sono gli anni di un Tex che il 2007 ci consegna in smagliante forma editoriale: alla abituale produzione bonelliana – i 36 fascicoli delle tre serie mensili, i 3 «Albi speciali», l'«Almanacco del West» e il «Maxi-Tex» – si sono aggiunti dal 1° febbraio i 50 numeri della «Collezione storica a colori» per «Repubblica-L'Espresso». Nelle edicole le pagine delle avventure di Aquila della notte sono giunte in folla: per ritmo d'uscita, bacino d'utenza, quantità di testi proposti, impegno produttivo è la più imponente iniziativa di pubblicazione che un fumetto italiano abbia conosciuto. Che ne sia Tex il protagonista non sorprende. Tra i segnali del suo perdurante consenso presso i lettori c'erano state, per esempio, le 450mila copie del volume dedicato a Tex nella prima serie dei «Fumetti di Repubblica» nel 1991. E Tex non di rado ci capita sulla bocca nelle conversazioni, entra nel discorso politico (faccio solo il caso recente del Sergio Cofferati sindaco: «quando mi paragonano a Tex Willer, ricordo che Tex è amico degli indiani...»), sintomo di quanto sia penetrato nell'immaginario collettivo.

Dalle pagine di questa nuova edizione «in allegato», aperta da un Sergio Bonelli che ritratta una lunga avversione per il colore,

l'immagine del ranger emerge netta, spicca nel testo grazie anche alla felice lucentezza del giallo scelto per la camicia, vero marchio del suo vestire. Tex ci viene incontro nella sua fisionomia familiare e inconfondibile, la cui «normalità» – cifra grafica di una risolutezza serena – è l'impegnativo banco di prova dei disegnatori. I tratti regolari, l'assenza di spiccate peculiarità fisiche – l'ha ricordato di recente il copertinista Claudio Villa – rendono decisivi per la sua immagine i diversi particolari dell'abbigliamento (cappello, cinturone, fazzoletto ecc.).

Il segreto della longevità di Tex sta in un connubio notevole di felicità inventiva e robustezza di gestione. Vede la luce nei secondi anni quaranta (per l'esattezza nel dicembre 1948, in formato striscia), anni che – con il ritorno della democrazia, le drammatiche vicende degli ultimi anni di guerra e dei primi tempi di pace, la nascita di un nuovo pubblico – avrebbero potuto apprezzare e anche avrebbero avuto bisogno di una produzione narrativa d'avventure autoctona. Ne avrebbe avuto bisogno anche la letteratura colta senza disegni, che non seppe però trovare una forma, una formula di genere, capace di incorporare una dimensione avventurosa e darle continuità («vorrei propugnare la creazione di una buona narrativa d'avventure e di un buon cinema d'avventure. L'Italia non ha mai avuto né l'una né l'altra», scriveva Calvino ancora nel 1953).

Una risposta davvero efficace per acclimatare l'avventura nel dopoguerra italiano viene invece dal giovane e poco qualificato strumento espressivo del fumetto. Nel giro di poco, il personaggio Tex definisce i punti chiave della propria, innovativa, identità composita: fuorilegge, ranger, navajo. È proprio qui la prima origine della nettezza duttile, della fissità plastica che gli ha consentito di vivere tanto a lungo. Unitario e molteplice è anche il nucleo del sistema dei personaggi che gli ruotano attorno: il quartetto di moschettieri del West composto dallo stesso Tex, dal figlio Kit, e dagli amici Kit Carson e Tiger Jack, quasi un «attore plurale» ben variegato per età ed etnia, solidale nella visione delle cose e nei valori, complementare nelle indoli.

Il genere è saldamente il western, ma spesso ibridato. Aperto, per esempio, al fantastico, come accade nella serie di album dominati dalle figure di antagonisti d'eccezione come Mephisto o

il figlio Yama. Lo spazio delle storie è elasticamente costruito sul doppio versante di una fedeltà topografica che fa tutt'uno con l'omaggio verso i paesaggi del grande western cinematografico e di una libertà di trasfigurazione che dilata i territori, spalanca percorsi imprevedibili, scopre *enclaves* dimenticate.

In Tex una vocazione individualistica si unisce a una costante sensibilità collettiva, cavalca da solo ed è subito pronto a fermarsi con gli altri. Un impulso istintivo di difesa della giustizia, reso poi programma di vita consapevolmente perseguito, lo porta a impegnarsi in una lotta per l'instaurazione di società senza sopraffazioni. È una battaglia costante, animata da una fiducia, non priva di venature utopiche, nella «buona convivenza» come norma delle relazioni. Ma nella giustizia secondo Tex si alternano e intrecciano il senso moderno del rispetto delle leggi come principio della vita associata e l'idea arcaica di un diritto che si può amministrare in autonomia, secondo un semplice codice morale fondamentale non scritto. E poi la difesa dei valori in lui si realizza in una condotta all'insegna di un pragmatismo spicciativo, in più di un'occasione spregiudicato nei mezzi, nel trattamento degli avversari. Ancora, la disponibilità a collaborare con gli apparati dello Stato si congiunge alla percezione vigile degli arbitrii dei governi centrali e alla avversione secca verso i «politici» e gli «imbrattacarte».

Questa compresenza di atteggiamenti non omogenei è all'origine delle discussioni sull'interpretazione politica del personaggio (entrata negli annali del fumetto e della sinistra quella su «La città futura» nel 1977) e ha favorito nei lettori identificazioni di segno diverso. Atteggiamenti che, peraltro, si potrebbero anche leggere come risposte a un contesto segnato da un radicamento imperfetto dello Stato, da una transizione non completa alla democrazia, dove gli interessi generali sono contrastati da robusti contropoteri locali, di tipo mafioso-gangsteristico, e da interessi corporativi di portata nazionale, in un quadro insomma dove Far West e Italia del dopoguerra sembrano toccarsi più volte.

Un parte non piccola del fascino di Tex, vero eroe a tutto tondo, è dunque nel gioco di ambivalenze e contrasti che traspaiono dal profilo di un protagonista invincibile e sicuro, combattente coraggioso, formidabile tiratore, accorto stratega e uomo fortunato (lo suggeriscono, mai enfatizzate però dal racconto, le tante feri-

te di striscio, le tante combinazioni felici che portano i nemici a sconfiggersi con le proprie mani o tra di loro). Sono ambivalenze e contrasti tenuti in secondo piano, che la narrazione nega come tali, non mostra al lettore – né fa vivere al personaggio – come contraddizioni. L'interiorità di Tex è sempre lasciata fuori cornice, soltanto allusa, e Tex non attraversa crisi che ne mettano in qualche modo in discussione l'identità. I sessant'anni percorsi l'hanno un poco (ma poco) cambiato, reso – come ha ricordato Bonelli – più riflessivo, meno violento, ma senza discontinuità marcate, senza riscritture problematizzanti, come quelle che hanno ricevuto molti supereroi.

La solidità (sul triplice versante abilità-forza-moralità), la risolutezza serena, l'alacrità operativa, la razionalità progettuale continuano a catalizzare l'ammirazione dei lettori, a garantire loro soddisfazioni piene – e rassicurazione – negli itinerari di evasione avventurosa, mentre i contrasti in secondo piano evitano l'ossificarsi del congegno narrativo, avvicinano l'eroe con la sua natura «popolarmente divina» (Luca Raffaelli) a qualche inquietudine del pubblico.

La «Collezione storica a colori» è sicuramente la presentazione meglio criticamente attrezzata (con le cordiali e acute guide alla lettura di Raffaelli e con i profili di personaggi e le ricostruzioni d'ambiente di Sergio Bonelli) che sia stata fatta finora delle storie di Tex, ma certo tutt'altro che filologica. La colorazione è un intervento interpretativo pesante (cambia, per fare un solo esempio, la tonalità emotiva della lettura). Un intervento che si presta a essere letto in vario modo: dice delle tante energie comunicative che il personaggio ha ancora da spendere, della pressione del marketing sulle scelte editoriali, ci parla anche di noi, di un contesto culturale in cambiamento pronunciato e rapido, in forte articolazione, da affrontare senza nostalgie intransigenti di purezza, con apertura critica, cercando di mettere a fuoco rischi e risorse.

Dylan Dog, orrori dal postmoderno

di Giuliano Genati

Dylan Dog ha rinnovato la concezione del fumetto seriale avvalorando presso un pubblico nazionalpopolare la disinvoltura e la fantasiosità narrativa dell'avanguardia fumettistica contemporanea. Campione di postmoderno «dal basso», si muove tra diversi generi, registri e linguaggi, con una derivazione smaccata delle fisionomie dalla memoria cinematografica comune, tra atrocità sanguinarie e catarsi ridicolizzante. In vent'anni di uscite in edicola, il fumetto ideato da Tiziano Sclavi che racconta per immagini le avventure dell'«indagatore dell'incubo» è diventato un'opera di culto; la sua formula paradossale ha fatto scuola; ma non ha trovato sinora continuatori altrettanto originali.

Dylan Dog costituisce una delle manifestazioni salienti e più tempestive della narrativa postmoderna italiana, di efficacia estetica non inferiore rispetto ai suoi capisaldi letterari: *Il nome della rosa* di Umberto Eco (1980) e *Se una notte d'inverno un viaggiatore* di Italo Calvino (1979). Non a caso il professor Eco ha mobilitato tutta la propria sottigliezza di intellettuale-scrittore a sostegno del fumetto concepito da Tiziano Sclavi, diffuso in edicola dall'ottobre 1986. In «Dylan Dog» si ritrovano molti dei tratti che contraddistinguono le opere assegnate alla cosiddetta postmodernità: citazionismo, ironia, *double coding*, intertestualità, ibridazione dei generi, metalinguaggio. Esso inoltre si colloca con piena disponibilità in un sistema mediatico fluido: è dotato di un'elevata propensione all'intermedialità, è in grado di mettere a frutto spunti ed elaborazioni provenienti da molteplici ambiti espressivi, sia dalla storia dei mezzi artistici e letterari istituzionali sia dalle sperimentazioni dei mezzi culturali di massa.

Al contrario di Eco o Calvino, tuttavia, Sclavi agisce principalmente in un comparto produttivo – il fumetto – cui viene du-revolmente negato ogni titolo di decenza estetica. Per giunta l'opera sclaviana di maggior impatto, «Dylan Dog» appunto, si affaccia

sulla pubblica scena nel solco della serialità sempre perseguita dall'editore Bonelli, mentre si stanno avviando a un lento declino i vettori editoriali sino allora prediletti dal fumetto più consapevole e coltivato: riviste come «Linus», «Alter», «Il Male», «Frigidaire». Proprio in concomitanza con l'affanno della sperimentazione fumettistica di marca autoriale, Sclavi raggiunge i suoi risultati creativi migliori all'interno di un circuito produttivo popolare: imperniato sul lavoro d'équipe, sulla centralità del personaggio, sulla modularità fissa delle tavole e della sintassi grafico-narrativa, sull'uniformazione merceologica, votato insomma a un conservativismo quasi artigianale.

Il postmoderno di Sclavi, dunque, si contraddistingue per aver elevato una classe fumettistica di estrazione popolare a un livello di complessità non lontano dalla produzione di ricerca, senza perdere la capacità di comunicare con un insieme di lettori assai largo. Se in territorio romanzesco i Calvino e gli Eco si impiegano per ripristinare, su basi nuove, la leggibilità dell'opera letteraria, in territorio fumettistico Sclavi sa conferire all'albo popolare una smagatezza compositiva e uno spessore culturale inediti. In casa Bonelli, egli riesce a introdurre e adattare il fermento che proprio l'antecedente stagione del fumetto d'autore, tra gli anni settanta e gli ottanta, aveva sviluppato con proposte tanto disparate e discontinue quanto folgoranti.

L'albo bonelliano è costruito in maniera ferrea, con la didascalica costanza che già ha garantito a Tex Willer, l'altro pilastro dell'editrice milanese, il suo longevo e perdurante successo. Bene, in questa famiglia fumettistica impostata sulla riconoscibilità e la perpetuazione di formati forme figure, sulla consecuzione evidente della vicenda e sulla stabilità iterativa dei caratteri, Sclavi ha inoculato elementi inauditi di sofisticazione intellettualistica. La sua abilità si è manifestata nel confermare i tratti di ripetizione rassicurante e finanche barbosa del fumetto più standardizzato, proprio nel momento in cui vi produce incisivi effetti di perturbamento narrativo e concettuale.

Episodi di «Dylan Dog» come *Cagliostro!*, *Memorie dall'invisibile*, *Golconda!*, *Ai confini del tempo*, *Storia di nessuno* o il più fresco *Ascensore per l'inferno* – per menzionare alcuni degli albi dove l'assetto straniante del racconto appare assai spinto – sono

giocati interamente sulla moltiplicazione dei piani di realtà, sullo scombusso delle coordinate logico-temporali o dei registri di rappresentazione. Nella quiete di casa Bonelli, Sclavi e i suoi numerosi coautori sono in grado di raccontare quelle storie «a forma di elefante, campo di grano o fiamma di cerino» di cui predicava Moebius a metà degli anni settanta, dalle pagine di «Métal Hurlant», all'insegna di un intransigente sperimentalismo. Né suona troppo bizzarro che Sclavi, cultore della storica rivista francese «Pilot», ossia di un fumetto costruito sul primato della sceneggiatura organica e distesa, sia pervenuto a soluzioni per certi versi analoghe a quelle di Moebius e degli altri *Humanoïdes Associés*, che contestavano proprio «Pilot» e l'oliata pianificazione della sceneggiatura.

Come in Francia gli *Humanoïdes Associés*, in Italia i Pazienza Tamburini Mattioli Scozzari perseguivano modalità di racconto grafico svincolate dalle regolari cadenze della trama strutturata e della serialità editoriale, sondavano le possibilità fumettistiche di evocazione lirica, di lunare ironia, di invenzione fantascientifica o deformazione grottesca, svariando estrosamente in una gamma di toni inesplorati. Il linguaggio della narrazione iconico-verbale attraversava con loro una fase intensa di diversificazione e arricchimento, acquisiva modi e forme che rispondevano essenzialmente a una rivendicazione di autonomia estetica dell'autore individuo, alla necessità di riconoscere appunto la sua autorialità e con essa la piena valenza artistica delle «nuvole d'inchiostro».

Forti della nuova sensibilità verso il fumetto incubata da «Linus», gli autori più avvertiti puntavano a oltrepassare di slancio le forme invalse e consuetudinarie dell'editoria di settore, risolvendosi spesso a diventare editori di se stessi. Inevitabile che simili iniziative, così prodighe nell'esaltazione della ricerca espressiva, rischiassero di avere vita grama quanto a tenuta economica, e patissero quindi prospettive limitate di diffusione, durata e sviluppo. Sul finire di questa stagione, Tiziano Sclavi ne fa proprie le istanze oltranzistiche e visionarie e le riversa in «Dylan Dog», cioè in un prodotto che deve restare programmaticamente ancorato agli schemi della pubblicazione seriale, al protagonismo riconosciuto di un personaggio, a modi reiterativi di caratterizzazione e racconto. È questa la via che gli consente di partecipare a un pubblico nu-

trito, sino al mezzo milione di acquirenti mensili, quel che il fumetto aveva maturato negli anni intercorsi tra «Linus» e «Frigidaire».

In una cornice di indole giallistica, saldamente fondata e ribadita a rischio dello stereotipo, Sclavi innesta una serie di tratti desunti da una molteplicità di codici e generi tipizzati: sovente altrettanto ridondanti, ma non sempre compatibili tra loro né, soprattutto, coerenti con il profilo basilare del detective privato a cui Dylan Dog si rifà. Ecco allora le diverse gradazioni del terrore e dell'orrido, l'esitazione protratta del fantastico, le trovate del motto di spirito, l'eccitazione erotica, il *pathos* sentimentale, l'interrogazione esistenziale, il dramma psicologico, l'apologo sociale. Pur rispondente alle coordinate prioritarie della ricostruzione poliziesca e della fantasia orrorifica, anzi proprio a partire da questa duplicità di fondo, una simile miscela non può che approdare alle ambivalenze del grottesco e dell'assurdo.

D'altronde le combinazioni antirealistiche e gli incroci tra generi, subordinati al principio essenziale dell'eroismo avventuroso, appartengono a gran parte della precedente produzione Bonelli: da Zagor a Mister No a Martin Mystère. Il fatto è che in Dylan Dog simili procedimenti di mescolanza dei registri e delle convenzioni diventano fulcro del racconto, dinamizzano ulteriormente la scansione narrativa per sequenze alternate, e richiedono al lettore l'assunzione di un'ottica ironica: che in parte è desunta e condivisa dallo stesso protagonista, in parte va esercitata «oggettivamente» sulle sue avventure, a meno di restare storditi dalla giostra avvolgente degli sbalzi di tono e di genere.

Una funzione fondamentale è svolta in questo senso dal comprimario di Dylan Dog, il suo amico-assistente Groucho Marx, che fomenta un umorismo scapestrato, affatto spiazzante rispetto al nerbo drammatico o tragico delle vicende. L'evocazione delle ossessioni orrorifiche più feroci è contraddetta ed esorcizzata dalle insorgenze comico-ironiche di cui Groucho si fa paladino logorroico e che lo stesso Dylan Dog interpreta con più stemperata sprezzatura. Da questo punto di vista sono tanti i personaggi, anche minori o occasionali, che si riservano un momento di arguzia: a denotare una componente capitale e capillare della serie. L'iperbolismo sovraccitato dell'orrore è pressoché simmetrico allo scorno ridanciano dello straniamento. Ciò funziona almeno fin quan-

do non prevalgono limitazioni censorie o autocensorie di ordine moralistico, quali sono state esercitate sul fumetto di Sclavi già pochi anni dopo l'esordio.

La collana di delitti, catastrofi, enormità snocciolata da Dylan Dog delinea la nostra apocalisse quotidiana: ma il suo ideatore l'ha detto e ripetuto: «il mostro *c'est moi*». O meglio, i mostri siamo noi: le psicologie, i comportamenti e i tipi sociali della contemporaneità sono caricaturati nelle figurazioni metaforiche dell'orrore. Sicché il panico attinge una sublimazione tragica, ma per sciogliersi nella satira ovvero nell'autoironia. Benché incline talora all'elegia nichilista, secondo quanto richiede la sua aura romantica, è lo stesso «indagatore dell'incubo» che fornisce un antidoto alla normalizzazione apocalittica: perlopiù in forma di sovvertimento umoristico-grottesco, ma anche nella fattispecie della *pietas* amareggiata. Eroe tutt'altro che d'un pezzo, squattrinato e vegetariano, soggetto a diverse fobie, reduce dall'alcolismo e dal servizio nella polizia, esposto alla morte violenta di varie amanti dopo essere quasi riuscito a salvarle, Dylan Dog sopravvive anche perché è capace di immedesimarsi in un'alterità teratomorfa che si rivela infine contigua o addirittura omologa alla presunta normalità, non senza echi del principio freudiano di reversibilità dei moti psichici.

Nella qualifica professionale di Dylan Dog, impegnato a chiarire casi misteriosi e terrificanti al limite del soprannaturale, sta già tutto il senso del paradosso su cui poggia la sua fama: «indagatore dell'incubo» è poco meno che una contraddizione in termini. L'inquadramento investigativo rispecchia il poliziesco classico: il detective è dotato di bella prestanza fisica, fascino virile, coraggio e moralità senza macchia, di un braccio destro con il quale condivide l'abitazione e la vita privata, di buone frequentazioni nella polizia, alle cui indagini spesso collabora. In quanto eroe giallistico, Dylan Dog è chiamato ad analizzare i fatti criminosi e ricostruire un ordine, o per lo meno attribuire responsabilità, chiarire moventi, illuminare le azioni umane secondo un criterio razionale di verità.

Ora, i casi criminosi che si prospettano a Dylan Dog non soltanto sono connotati da un'efferatezza raccapricciante, oltre qualunque verosimiglianza anatomopatologica, ma rientrano espressamente nel dominio dell'incubo: chiamano in causa zombie, vampiri, fantasmi, licanthropi, demoni, *revenants*, *Poltergeist*, mo-

stri, streghe, scienziati folli, animali magici, cose di altri mondi, insomma tutto ciò che elude le possibilità logico-deduttive del raziocinio, tutto ciò che si sottrae alle categorie etico-conoscitive faticosamente elaborate dall'*homo sapiens sapiens*. Indagare l'incubo significa in buona sostanza consacrarsi a un'impresa donchisottesca: Dylan Dog è senz'altro animato da un intento meritorio di comprensione e conoscenza, ma l'esito di scacco della ragione appare scontato *a priori*. Scettico e religiosamente miscredente, non fa troppo conto neppure del paradigma indiziario, piuttosto si affida a un suo «quinto senso e mezzo»: con il che però ogni irrazionalismo intuitivo o sensitivo è già destituito di credibilità, proprio per la sua stessa formulazione serio-comica.

L'artificiosità della composizione, e quindi l'opportunità di adottare una chiave di lettura ludico-ironica, appaiono subito evidenti nella derivazione smaccata delle fisionomie dalla memoria cinematografica comune: i personaggi esibiscono anzitutto nelle loro fattezze l'autenticità dei simulacri, hanno perciò la facoltà di incarnare i dubbi gnoseologici di consistenza dell'io e insieme denunciare le pretese dell'inautentico attraverso la loro sincera falsità. Proprio Groucho lo attesta con la pertinacia del suo delirante motteggiare: in perfetta mimesi dello spirito «Marx Brothers». Il debito più consistente di Dylan Dog verso il cinema, in ogni caso, rimanda a quei registi che esasperano l'atrocità sanguinaria sino alla catarsi ridicolizzante: Romero, Carpenter, Craven, Hooper, Gordon, Jackson, ma anche Kaufman e Herz della Troma Entertainment.

Il sostrato di origine filmica non rappresenta che il livello più immediatamente percepibile dell'attitudine a riprodurre il flusso di storie e mitologemi che serpeggia tra i diversi bacini dell'immaginario collettivo: letteratura, musica, arti figurative e performative, radio, televisione e altri canali audiovisivi. Ben ferma tuttavia, a dispetto di ogni deriva semiotica, resta la visione moderatamente disincantata di Dylan Dog, che è poi la stessa di Sclavi: la pluralità dei mondi, l'incombenza dell'orrore, la sospensione allucinatória dell'essere non intaccano, semmai amplificano, l'esigenza di rigorosi criteri morali, rispetto ai quali l'irrisione ludica costituisce un irrinunciabile momento di verifica e una garanzia di falsificabilità.

L'inattualità efficace di Diabolik

di Federico Bona

Dal particolare scenico più insignificante alla costruzione grafica delle tavole, dal tono dei dialoghi fino alle strutture narrative, il fumetto creato dalle sorelle Giussani resiste da quarantasei anni alla tentazione di modernizzarsi. Brama di pietre preziose e pentothal, dialoghi amorosi involontariamente comici, un vorticoso teatrino di maschere e travestimenti: gli elementi divenuti inattuali sono esibiti allo scopo di restituire il profumo della vecchia serie. Risultato: un successo. Anche grazie a qualche ritocco nel sistema dei personaggi, all'apertura a nuovi sottogeneri e persino a qualche modernizzazione nei tagli di immagine che mostra l'influenza del più recente cinema d'azione.

Quarantasei anni di vita sono un dato straordinario per qualsiasi narrazione seriale. Figuriamoci per un fumetto nato dall'iniziativa semidilettantesca di una signora della buona borghesia milanese che, per abbondare negli stereotipi, veniva da un passato di modella per la pubblicità. Eppure «Diabolik» non solo è vivo, ma mostra pure una salute invidiabile: ogni mese, in edicola, compaiono un albo inedito e due diverse ristampe della serie classica, cui si aggiunge, con cadenza semestrale, un'altra collana di storie inedite, «Il grande Diabolik», caratterizzata da un formato, appunto, più grande e da un numero maggiore di tavole (196 contro le 120 tradizionali).

Se tanta vitalità basta da sola a fare di questo fumetto una rarità editoriale, a renderlo ancor più singolare contribuisce un'altra caratteristica: la sua scarsa propensione a rinnovarsi. Dal dettaglio scenico più insignificante alla costruzione grafica delle tavole, dal tono dei dialoghi fino alle strutture narrative, «Diabolik» ripete in gran parte se stesso, con un atteggiamento che potremmo chiamare di archeologia conservativa. Certo, qualche adeguamento negli anni c'è stato, specie nel sistema dei personaggi e nella ridefinizione del genere, ma non è nulla rispetto a quanto il muta-

mento sociale (e di pubblico) avvenuto nel frattempo avrebbe potuto suggerire. Il punto è che prima le sorelle Giussani, poi gli autori che, cresciuti alla loro scuola, ne hanno proseguito il lavoro, sono pervicacemente rimasti legati a molti elementi del loro fumetto resi progressivamente inattuali dal trascorrere del tempo. Passi per il campionario di trucchi di Diabolik: maschere con cui sostituirsi a chiunque, congegni meccanici e gas narcotizzanti per approntare trappole o favorire fughe, e il pentothal per far parlare le persone senza colpo ferire. Sono i marchi di fabbrica dell'eroe e trasformarli potrebbe significare snaturare il prodotto, anche se forse, col tempo, si può parlare di un uso più prudente di alcuni *escamotages*. In particolare, il pentothal tende a essere sfruttato un po' meno (però continua a essere evocato anche quando si decide, per necessità, di non utilizzarlo). Ma la lista di elementi che rimangono invariati è lunga e risponde il più delle volte a criteri impercetrabili. I diamanti, per esempio. In un'epoca in cui il denaro è sempre più immateriale e furti e rapine si consumano spesso on line, Diabolik continua a bramare pietre preziose come il primo giorno (e di Internet, detto di passaggio, nemmeno l'ombra). Naturalmente, questo va a braccetto con un altro elemento che con il tempo perde capacità d'attrazione: la rappresentazione della nobiltà. Chi altri potrebbe possedere gioielli in quantità e di qualità adeguata a soddisfare le brame di Diabolik? E se spiare la vita agiata (e viziosa) dell'alta società poteva essere, come a volte sottolineato, uno dei motivi di attrazione per chi comprava i primi albi, si può ben capire come oggi tutto ciò sia superato.

Anche il taglio delle inquadrature, la sequenza delle vignette e la costruzione delle tavole mostrano uno schema fin troppo classico, almeno se ci fermiamo al «Diabolik» nel formato tradizionale. Diverso il caso di «Il grande Diabolik», che invece proprio su questo piano mostra da subito le sue differenze, che sono molte. La sensazione è che proprio a questa serie di albi, inaugurata nel 1997 e giunta ormai al sedicesimo episodio, sia delegato il compito di innovare il prodotto. Così, oltre a tagli d'immagine che mostrano l'influenza del cinema d'azione più recente e a inediti movimenti delle tavole favoriti dal formato più grande, troviamo personaggi dalla psicologia più complessa e mutevole, protagonisti inclusi. Spesso, infatti, proprio «Il grande Diabolik» si prende

carico di ricostruire il passato dei nostri eroi, e così facendo regala loro tutto d'un tratto ricordi (in genere traumatici) e quindi sentimenti, che non siano la semplice e meccanica sete di vendetta che nella serie tradizionale permette in genere di gettare un ponte tra due albi lontani. È sul piano delle strutture narrative, però, che si riscontra l'elemento di continuità più spiazzante: non si dà storia di Diabolik senza che ogni singolo passaggio dell'intreccio non sia spiegato in ogni minimo dettaglio. Durante o dopo l'azione, se non addirittura parte durante e parte dopo. Una caratteristica che certo ha favorito l'immediato successo popolare del fumetto, le cui trame prevedono spesso scambi di persona e un complicato succedersi di mosse, contromosse e colpi di scena che possono (anzi devono) confondere le idee. Ma oggi, agli occhi di un pubblico reso smaliziato da decenni di thriller e anni di giallizzazione della narrativa, tutto ciò rischia di apparire come un eccesso di didascalismo. Senza contare che, per inserire tutti i dettagli chiarificatori della storia, gli autori sono costretti a poco verosimili equilibrismi narrativi: ricordi, racconti o interrogatori a complici o testimoni, piani da ripassare sono gli stratagemmi più comuni, usati anche per introdurre estesamente i personaggi importanti che si affacciano sulla scena. Insomma, ad analizzarlo freddamente, Diabolik sembrerebbe capace di assorbire un largo numero di elementi di attualità senza correre il rischio di snaturarsi. Eppure non lo fa e non sembra risentirne, come se i suoi autori avessero sviluppato una conoscenza intuitiva del personaggio (e del pubblico che gli è tanto affezionato) così profonda da non cedere a fin troppo facili tentazioni di adeguamento alla modernità. O come se ad alcuni elementi del fumetto, ormai divenuti inessenziali se non addirittura stridenti, fosse attribuito il compito di restituire il profumo della vecchia serie, aggiungendo un tono rétro di valore nostalgico. A questa categoria potremmo ascrivere alcuni dialoghi involontariamente comici, per la scelta del linguaggio o per l'ingenuità delle affermazioni (si vedano, soprattutto, gli scambi amorosi tra Diabolik ed Eva o tra Ginko e Altea), o l'eccesso statistico di sindrome di Stoccolma che colpisce le vittime di Diabolik, improvvisamente ammirate dalla statura etica del criminale e disgustate dalle convenzioni del mondo cui appartengono, o infine il vorticoso teatrino delle maschere, che merita un piccolo discorso a parte. È evidente che pro-

prio sull'accettazione della perfezione della tecnologia con cui Diabolik realizza i suoi travestimenti si consuma gran parte della sospensione dell'incredulità richiesta al nuovo lettore. Ma qui il problema è che rimangono nel meccanismo delle maschere alcune contraddizioni che altrove, nello stesso fumetto, studiato maniacalmente per poter reggere a qualsiasi rilettura analitica, non sarebbero concesse. Per fare un esempio clamoroso, come può accadere che Diabolik, assunte le sembianze di Ginko, baci addirittura Altea, fidanzata storica dell'ispettore, senza che lei possa accorgersene (se non per istinto femminile), quando per scoprire se il criminale indossa una maschera basta l'analisi del volto, che consiste in un semplice pizzicare le guance dell'indagato? Su dettagli come questo perfino l'effetto narcotico prodotto dalla frequentazione con qualsiasi narrazione seriale, che tende a farcene dimenticare le contraddizioni (se non addirittura a farcene compiacere), rischia di dissolversi improvvisamente.

Il grande merito che va riconosciuto agli autori di «Diabolik», però, è quello di aver gradualmente modificato i motivi d'attrazione della serie, spostandoli in gran parte sul meccanismo perfetto dell'intreccio, da sempre marchio e vanto di fabbrica del fumetto. Ciò che il lettore è sicuro di trovare in «Diabolik» è una girandola continua di colpi di scena (non si contano le morti di Diabolik o di Eva, gli arresti e le condanne, gli enigmi da stanza chiusa), di rappresentazioni in cui quasi nulla è ciò che sembra, e un complicato (ma mai oscuro) congegno di mosse e contromosse, tutte studiate in anticipo come in una partita a scacchi virtuale giocata tra due personaggi, Diabolik e Ginko, di pari intelligenza, esperienza e conoscenza dell'avversario. E il fatto che alla fine il Re del terrore necessariamente prevalga non sminuisce le qualità del commissario, spesso costretto ad arrendersi solo perché combatte con le armi (e le regole) messegli a disposizione dalla giustizia, mentre il criminale ha una gamma di scelte (oltre che di tecnologie) più ampia.

Su questo impianto, gli autori sono stati capaci di inserire qualche novità, intervenendo soprattutto sui personaggi. Si vedano Eva Kant o la contessa Altea di Vallenberg, ultima e più riuscita compagna di Ginko. Inizialmente introdotte per dare ai protagonisti la possibilità di raccontare le proprie avventure, chiarendo i

punti dubbi, e assolvere così le rigide necessità didascaliche del fumetto, hanno sviluppato con il tempo una loro personalità ben definita, arricchendo la serie e aprendo il genere a nuove possibilità. Il discorso vale anche, se non di più, per Diabolik e Ginko. Dire che l'uno è il doppio dell'altro non è certo una novità, ma è interessante notare come man mano siano aumentate le analogie tra i due, riscontrabili dietro i tratti di un singolare carisma, una grande abilità fisica, una spiccata intelligenza, una maniacale dedizione alla propria causa e persino una fortissima visione etica. Oggi come oggi Diabolik è sempre meno un ladro e sempre più una sorta di investigatore privato senza licenza che lavora su autocommissione. E questo permette al fumetto di toccare, in alcuni numeri, uno dei sottogeneri più fortunati del *noir* moderno. Quando prepara i suoi colpi o cerca di riaggiustare il filo di un piano messo in pericolo dall'imprevista intrusione di altre bande, Diabolik svolge in tutto e per tutto delle indagini, durante le quali mostra le proprie straordinarie capacità deduttive, oltre che una fine conoscenza della mentalità criminale e delle dinamiche della malavita. Tra i mezzi a sua disposizione entrano poi di diritto l'interrogatorio sporco, il ricatto, l'uso spietato delle armi, tipici dell'antieroe dell'*hard-boiled* e negati invece a Ginko in virtù della sua funzione di integerrimo paladino della legge. Perciò può capitare che i due si ritrovino a seguire le stesse tracce (quando accade, Diabolik è sempre un passo avanti rispetto al commissario, ma mai due, se mi si concede la metafora), e capita persino che collaborino esplicitamente, o che Diabolik, facendo rigorosamente i propri interessi, sbrogli qualche grana a Ginko.

Infine, vale la pena notare come la porta per far entrare nel fumetto la modernità non sia completamente sbarrata. Ne sono prova l'uso dell'ironia, spinta fino a prendersi gioco della dimensione routinaria, quasi impiegatizia, della vita criminale di Diabolik, che porta magari Eva a esigere una vacanza, come qualsiasi compagna frustrata o trascurata. O il gusto del paradosso e del contrappasso tratteggiato nel destino di alcuni personaggi. O infine l'introduzione di episodi di attualità trasfigurata. Non sono pochi infatti gli eventi presi di peso dalle cronache e piegati alle regole dell'universo parallelo di Clerville. Anzi, è da sempre un vanto della serie quello di metaforizzare ciò che avviene nel mondo reale,

e pure con un certo anticipo. La convivenza di Diabolik ed Eva (o peggio ancora il rapporto mai regolarizzato tra Ginko e Altea) e il forte carattere di emancipazione delle donne messe in scena sono solo i primi elementi di una serie che tratterà in seguito, con più o meno successo, di strategia del terrore nell'attacco allo Stato, di corruzione nelle istituzioni e di connivenza con il mondo criminale, di tossicodipendenza e di omosessualità. Semmai, a colpire una volta di più, è la disinvoltura con cui storie dallo spessore metaforico non indifferente si alternino a intrecci che inscenano piccole vendette o brame personali. Ma anche questo è uno dei segni distintivi di Diabolik, capace di attribuire a un marito che cerca di liberarsi impunemente della moglie lo stesso livello di capacità di macchinazione (e di realizzazione) che concederebbe ai servizi segreti di una nazione nemica di Clerville. Che tutto ciò vada considerato un'ingenuità imperdonabile o uno straordinario stratagemma per mantenere il sapore della serie originale resta uno dei misteri meglio dissimulati di «Diabolik».

Valentina, il glamour del sadomaso light

di Giuliano Cenati

Dall'esordio come comprimaria sulle pagine di «Linus» alla consacrazione a primadonna della narrativa disegnata italiana, con la monumentale edizione del «Corriere della Sera», Valentina si offre come un'interprete dell'emancipazione possibile: autonoma, disinibita e à la page. L'ammirevole talento di Crepax per la composizione visuale le consente di riversare sulla pagina una fervida vita psichica, i cui fantasmi si intrecciano e sovrappongono alle sue avventure reali. Inclina a un eros di impronta sadiana, più in veste di vittima che di protagonista, anche se ogni esito cruento viene risparmiato in virtù della sua eterea frigidità.

La monumentale edizione in diciotto volumi delle storie di Valentina pubblicata nel 2007 da «Corriere della Sera» e Panini Comics sancisce in via definitiva, con la massima amplificazione possibile, a quale personaggio spetti il ruolo di primadonna della narrativa disegnata italiana. Si tratta di una testimonianza tra le più massicce, seppure non tra le più tempestive, del rinascimento fumettistico che si viene svolgendo da qualche anno a questa parte. In confronto a una consacrazione siffatta, l'esordio di Valentina è decisamente meno ingombrante, quasi defilato: nasce sulle pagine di «Linus» come personaggio comprimario di Philip Rembrandt, critico d'arte americano agghindato con tanto di pipa e papillon, sotto le cui spoglie si cela Neutron, sorta di superspia *freelance* dotata del potere di immobilizzare con lo sguardo e pressoché sospendere il corso del tempo. Il primo fumetto in cui Valentina compare, che è poi il primo fumetto di Crepax, è *La curva di Lesmo*, edito a partire dal secondo numero della rivista di Giovanni Gandini (maggio 1965). Autore e pubblico si lasciano subito affascinare dal personaggio, destinato a una fruizione adulta e consenziente. Le lettrici trovano finalmente un'eroina che incarni le ambizioni femminili al protagonismo dell'eman-

cipazione e dell'indipendenza, fiera della sua corporeità ma non per forza dedita alla prestazione sessuale, donna del suo tempo ma alle prese con le costanti antropologiche dell'essere muliebre. I lettori trovano una bellezza disegnata dallo spessore caratteriale tutt'altro che trasparente, sulle cui curve lustrarsi comunque gli occhi, a dispetto o anzi su pegno di tutte le autorizzazioni letterarie, intellettuali e grafico-artistiche delle quali Crepax addobba, con qualche pretenziosità, la sua «letteratura disegnata».

Ben presto Valentina scalta dal ruolo principale Neutron, di cui pure diventa la compagna nella sua quotidianità così poco ordinaria, al di là di ogni *ménage* matrimoniale o domestico stabilizzato. Avviata come fumetto d'intrigo internazionale, tra lo spionistico e il supereroistico, la saga di Valentina volge in breve verso un'avventurosità assai meno risaputa: dove l'imprevisto a sfondo criminale o fantastico, d'orizzonte sempre internazionale se non interplanetario, confluisce entro una prevalente dimensione di elitarismo borghese intellettualoide e snob, a base milanese, atta al dispiegarsi di una pulsante vita psichica. Il capoluogo lombardo, centro di traffici e opportunità, matrice di uno stile di vita prestigioso che anticipa i tempi e detta il gusto, occupa un posto di primo piano nell'ambientazione, alla pari con le capitali dell'Occidente industrializzato tra cui i personaggi si spostano disinvoltamente. Le vicende d'intrigo, specie quelle più fantascientifiche della stagione iniziale, sono condotte in maniera alquanto balorda, accusando i propri debiti verso il jamesbondismo degli anni sessanta. Quando le aspettative di coerenza della trama possono farsi meno pressanti, perché meno assoggettate a un disegno estrinseco e a convenzioni di genere sovrimposte, le inquietudini e gli incontri di Valentina alimentano più liberamente una reduplicazione allucinatoria del reale rappresentato: dove lo scandaglio dell'interiorità femminile prende campo in termini simbolico-analitici, e dove nondimeno baluginano riflessi dell'attualità politica più urgente.

Crepax si muove in un quadro consapevolmente autoriale, che il patrocinio di Oreste del Buono e l'accoglienza di «Linus» legittimano con piena reciprocità di sensi. Eppure egli trova nel singolo personaggio di Valentina motivazioni e sostentamento per una carriera ultratrentennale, votato a una dedizione poco meno che esclusiva, come raramente è accaduto ad altri autori nei con-

fronti delle rispettive creature disegnate. I principi del fumetto seriale vengono applicati a Valentina con esiti alquanto singolari, al di fuori di organiche coordinate di genere. La narrazione si articola bensì in episodi autonomi, idonei alla pubblicazione su rivista in poche puntate, ma al contempo i vincoli di continuità e sviluppo tra un episodio e l'altro ampliano il profilo della protagonista sino a farne una figura in evoluzione, dal ricco vissuto. Crepax non persegue una concezione coesa e continuativa della vita di Valentina, tuttavia a mano a mano che le sue avventure si moltiplicano, avverte il bisogno di delineare per sommi capi un percorso, di stringere i nessi della motivazione biografica e psicologica. Perciò si danno più episodi volti segnatamente a illuminare le esperienze trascorse di Valentina o a rafforzare il sistema di rapporti tra la protagonista e gli altri personaggi principali. Diversamente da quanto in genere succede agli eroi del fumetto seriale, Valentina cresce e comincia a invecchiare, risente di un passato dorato e insieme traumatico – a partire dalla nascita in tempo di guerra –, intreccia relazioni durevoli ma non sempiterne, a loro volta mutevoli e interdipendenti: anzitutto l'innamoramento per l'etologa Effi Lang, che produce una triangolazione sentimentale con il concorso di Philip Rembrandt, e poi il rapporto con il figlio Mattia, prefigurato nell'ansia e nei fantasmi della maternità. L'invadenza iconica della protagonista è riproposta alla contemplazione dei lettori in maniera così assidua da rendere evanescenti i contorni della vicenda. Valentina è vocata a una nudità buona per tutte le stagioni, oblativa quanto gratuita: immacolata nella sua leggiadria senza malizia, di per sé estranea ai fremiti dell'eccitazione eppure disponibile all'idoleggiamento onanistico. Il cachetto di capelli alla Louise Brooks le dona un fascino *d'antan*, insieme con la caratura cinematografica di un Georg Wilhelm Pabst; la fisionomia slanciata acquista una flessuosità *liberty* per merito del segno sottile e nitido di Crepax, non immemore del *Little Nemo* di Winsor McCay. Se dapprincipio le sue storie sembrano ricalcare le movenze avventurose della contemporaneità tecnologica, in seguito e lungamente la carica adrenalinica dell'intreccio si stempera in una narrazione dal taglio esistenziale, di forte suggestione evocativa, improntata all'esplorazione di una femminilità moderna: fra trepidazioni, desideri, ricordi che si configura-

no sulla pagina con persistenza icastica e si sovrappongono, scombinandole, alle consuetudini del lavoro e degli affetti.

Il disegno di Crepax è indubbiamente ammirevole, ma i suoi risultati più significativi sono realizzati sul piano della composizione visuale: non tanto nel modo di costruire la vicenda, che talora risente di qualche incertezza nella calibratura dei registri, ma proprio nell'allestimento della tavola, nella consecuzione della striscia. Crepax sin dagli esordi si permette di trascurare la norma sequenziale del linguaggio fumettistico, cioè l'ordine di successione sintattica delle vignette, pervenendo a una sorta di sincronia narrativa della pagina disegnata. Di qui emanano il potere evocativo e, in ultima istanza, l'attitudine lirico-esistenziale di Valentina. La vignetta principale, che rappresenta i personaggi a figura intera o la scena nel suo insieme, si trova giustapposta a un fitto reticolo di vignette minute, del pari coordinate tra loro, ciascuna delle quali mette a fuoco un dettaglio che si ritrova o si inferisce già nella vignetta a tutto campo. La distanza prospettica subisce una serie di alterazioni brusche e ravvicinate. È come se l'immagine intera venisse scomposta e ricombinata nei suoi elementi particolari. Il fatto è, però, che il passaggio da una vignetta all'altra comporta nel fumetto anche uno scarto temporale. Dunque ciò che si presenta come disarticolazione e sfaccettatura descrittiva dell'immagine intera può rimandare a una successione narrativa, o instaurare parallelismi isomorfici tra azioni appartenenti a diversi ordini spaziotemporali. Nonostante le apparenze, non c'è alcuna garanzia che la pagina sia cronologicamente statica, perché ogni dettaglio, enfatizzato nella relativa vignetta, è chiamato a raffigurare un momento analogo ma non necessariamente prossimo dell'azione. Molto spesso, del resto, la vignetta si presenta come fantasia o ricordo di un personaggio: come *balloon* iconico di una vignetta contigua, rispetto alla quale è allineata in una medesima striscia, ripetendone la forma quadrilatera e le proporzioni. Ciò significa che un diverso ordine di tempo o di realtà viene ravvicinato nella tavola con il livello principale di rappresentazione: il fumetto del fumetto assume la medesima dignità grafica e consistenza rappresentativa del fumetto primo, semiologicamente sovraordinato. In tal modo la fantasticheria e la memoria s'innestano nel racconto principale e rimandano a esso, producendo un sistema di analogie e omologie

piuttosto complesso. Gli angoli smussati delle vignette, che segnalano lo stacco tra alterità e attualità, non sempre bastano a stabilire durante la lettura solide gerarchie tra i livelli di rappresentazione. L'esitazione conseguente corrobora la vaporosità immaginativa.

A paragone dell'originalità d'impostazione grafica, che senz'altro si giova dei trascorsi di Crepax nell'ambito dell'illustrazione, più modesti sono i risultati nella caratterizzazione dei personaggi. Il mestiere di fotografa dovrebbe collocare Valentina nella parte, maschile per tradizione, di colei che guarda e controlla registicamente la scena. Tanto più che si tratta di fotografia dalla destinazione pubblicitaria o promozionale, che mette Valentina di fronte a modelle non meno avvenenti di lei, da svestire travestire manovrare a suo piacimento, secondo le necessità commerciali del committente. Se ciò convalida senz'altro il carattere spregiudicato della protagonista, e compensa il voyeurismo delle tavole in cui lei stessa, priva di macchina fotografica, appare come oggetto passivo di visione e degustazione erotica, d'altronde la colloca in situazioni di larvato lesbismo, a raddoppiare l'accaloramento del pubblico maschile. Valentina appare partecipe e consapevole della società in cui vive, inserita in un'economia in fase di progressiva terziarizzazione, attiva nel mondo della moda e della comunicazione, titolare di una professione che non solo dovrebbe garantirle riconoscimento e distinzione sociale, un orizzonte di contatti più ampio e vario, ma anche discreti margini di creatività intellettuale: ben al di là dei mestieri subalterni e spersonalizzanti che sono riservati di solito alla donna quando si avvia alla parità lavorativa.

Di fatto, la macchina fotografica di Valentina assume connotazioni virilizzanti. È senza dubbio strumento di indipendenza economica, ma non è strumento di liberazione creativa: dovrebbe consentirle di dominare la situazione, come in effetti avviene sotto il profilo monetario e relazionale, a pena però di relegarla in un ruolo virilistico o comunque funzionale all'ottica maschile: un ruolo di mera interprete ed esecutrice di fantasie punitive o patibolari. In questo senso, a giudicare dalle pagine di Crepax, il mercato pubblicitario, il mercato erotico-pornografico e gran parte di quello fumettistico non risultano troppo diversi. Si direbbe quasi che l'autonomia e la libertà godute da Valentina nell'esercizio della sua professione, nella vita affettiva, nella disponibilità al colloquio

con gli altri e in particolare con l'universo maschile, siano scontate attraverso le esperienze di tortura e cattività nelle quali essa regolarmente incappa, ma ancor più trovino sanzione in un inconscio propenso al delirio carcerario e penitenziario: come se un pervicace senso di colpa o un desiderio di punizione assediassero la leggerezza e il *savoir vivre* bellamente esibiti dalla donna di mondo. Allora il tripudio di lacci, laccetti, catene, guinzagli, frustini, pastoie, museruole, bavagli, manette, stivaloni, cinturoni, corpetti di cuoio o vinile, non tanto si presta al proliferare di una variopinta immaginazione visiva, quanto a riconfermare i motivi costanti della sottomissione e della fustigazione. Che poi gli atti di sadomasochismo siano più fantasticati che perpetrati a tutti gli effetti, più architettati che condotti a esecuzione, non muta di molto il senso dell'operazione crepaxiana: salvo risparmiare o attenuare fortemente ogni prevedibile esito cruento. Sicché la lindura delle eteree carni di Valentina non è lordata né dallo sperma degli assalitori né dal sangue delle proprie ferite. Crepax raggiunge il duplice risultato di movimentare un immaginario libidico di tipo sadiano e di scansarne, in maniera sin troppo candida, le implicazioni di violenza distruttiva. Sembra perseguire insomma quel punto di equilibrio tra l'ipocrisia e la morbosità che il comune senso morale degli italiani avrebbe tollerato sotto le insegne dell'erotismo, guardandosi bene dal trascendere verso le più genuine quanto censurabili rappresentazioni della sessualità pornografica.

Cocco Bill non muore mai

di Mauro Novelli

Niente spaghetti, per una volta: cinquant'anni fa insieme a Cocco Bill nasceva piuttosto il salame-western, presso la premiata ditta Benito Jacovitti. Ma come è possibile che un fumetto così surreale, infarcito di violenze inaudite, abbia imperversato per decenni sulle più caute testate per ragazzi, dal «Giorno» al «Giornalino»? La risposta va cercata esaminando la maniera comica dell'autore, che a forza di iperboli, sorprese e calembour disinnesca ogni perplessità, mettendo in azione una giostra irresistibile, con un occhio alle commedie slapstick di Buster Keaton e l'altro ai dipinti di Bruegel il Vecchio, nientemeno.

È

passato mezzo secolo dal 28 marzo 1957, quando sulle pagine del «Giorno dei ragazzi» Cocco Bill ordinò la prima camomilla: e non si è ancora raffreddata, a quanto pare. Nonostante il suo creatore, Benito Jacovitti detto Lisca di Pesce, sia scomparso nel 1997, il fumetto western più allegro e sconclusionato del mondo continua a furoreggiare sul «Giornalino», grazie alla matita di Luca Salvagno. Recente è pure la raccolta in dvd dei cartoni animati realizzati da Pierluigi De Mas, già trasmessi dalla Rai, dove il Cocco approdò per la prima volta negli anni sessanta, in una serie di caroselli firmati dai fratelli Pagot. Su carta, si contano oltre mille tavole dedicate dal vulcanico Jacovitti alla sua creatura più celebre, protagonista in tutto di una settantina di storie, apparse – dopo un decennio al «Giorno», dove videro la luce gli episodi più significativi – sul «Corriere dei Piccoli», «Il Giornalino», «Tv Junior» e saltuariamente su altre testate, mentre resta ancora da catalogare il capitolo riguardante le traduzioni, dilagate dalla Norvegia al Venezuela.

Nel sagomare Cocco Bill, Jacovitti sfruttò l'enorme proliferazione toccata nel dopoguerra a un genere che in Italia annoverava allora non solo Tex Willer, ma anche altre saghe amatissime,

come Pecos Bill, Il Grande Blek, Capitan Miki. È impreciso tuttavia sostenere – come capita spesso – che nell’occasione sarebbe nato il western comico nostrano. Piuttosto, Jac non fece che estendere al campo del fumetto una maniera farsesca che al cinema aveva già fruttato cospicui successi, per esempio a Macario (*Il fanciullo del West*, 1943) e Renato Rascel (*Il bandolero stanco*, 1952), ripresa alla fine degli anni cinquanta da Ugo Tognazzi, e poi ancora intorno al 1970 da Terence Hill, nei panni di Trinità. Parodie, in buona sostanza: e a passare in rassegna l’intera produzione di Jacovitti, è facile notare come le riscritture giocose rappresentino una stella polare. Stanno a dimostrarlo le decine di eroi contraffatti che modellò: il mago Mandrago, Giulietto e Romea, Giacinto corsaro dipinto, Zorry Kid, eccetera. Certo non potevano sfuggire al disegnatore termolese le potenzialità dell’ambientazione western, cui un classico come Topolino non per nulla aveva fatto ricorso sin dalla seconda avventura. Non bisogna inoltre scordare che data alla metà degli anni cinquanta il trionfo paneuropeo di Lucky Luke, il solitario cowboy balzato fuori dall’immaginazione del belga Morris. Quanto all’Italia, l’unico precedente di una qualche consistenza si può individuare nella serie «Fox lo sceriffo», impostata da Giorgio Rebuffi nel 1949, con antropomorfizzazioni di chiara matrice disneyana.

Peraltro, l’interesse di Jacovitti per il Far West risulta molto precoce, databile addirittura al tempo di guerra, quando pubblicò – appena ventenne – un albo riservato a *Pete lo sceriffo* (1943), cui nei tardi anni quaranta fecero seguito svariate storie del ragazzino Pippo farcite di indiani, saloon e spatarie. In questo orizzonte, spicca infine una lunga storia a puntate apparsa sul «Vittorioso» nel 1955, incentrata sulla figura di Tex Revolver, uno scherzoso replicante dell’eroe di Bonelli (a partire dall’abbigliamento), da considerare un vero e proprio cartone preparatorio dell’impresa coccobillesca, per quanto in essa – è bene precisare – i rimandi appaiano decisamente più laschi. Se Tex Willer è un ranger, di stanza per lo più in Texas, di Cocco Bill non sappiamo granché. Un cacciatore di taglie? Un federale? Un cowboy di passaggio? O un ranger anch’egli? Considerando poi come il nostro cavaliere errante possa entrare in scena «all’alba di un pomeriggio tramonto mattutino», magari nel «milleottocentosestantaquindi-

ci», si comprende come la *location* non sia che una cartapesta di comodo, stesa dinanzi agli occhi di un pubblico che ha già perfettamente assimilato gli stereotipi tipici del filone. Sparatorie, diligenze, sceriffi, baracche, forzieri, indiani: come diceva John Ford, per creare un nuovo western non occorre cambiare niente rispetto ai precedenti – a parte i cavalli. E i salami, verrebbe da aggiungere...

Scegliendo questo genere, Jacovitti si ritrova per le mani un universo perfettamente rodato e al tempo stesso privo di leggi: insomma perfetto, per sbrigliare un'incontenibile attitudine all'assurdo giocoso. In primo luogo, come tutti sanno, dissemina in ogni angolo una caterva di salami, vermi, dita, ossa, macinini, quaglie, porcelli, lisce e quant'altro gli passi per il capo, senza alcun rapporto con l'azione principale. Sorvolando sulle presunte valenze psicoanalitiche degli insaccati, mette conto rilevare come in questi riempitivi si concreti un *horror vacui* che ha spinto molti a definire barocca la maniera in questione. In realtà ben più calzante appare il paragone con l'opera di Bruegel il Vecchio (ammiratissimo da Jacovitti), specie se si guarda alle tavole «panoramiche» brulicanti di vita e deformazioni grottesche, un'altra specialità del fumettista nostrano, che vi fa ricorso soprattutto al momento dell'ingresso in città, o delle risse nel saloon. Il richiamo a Bruegel vale anche con riguardo alla sistematica visualizzazione delle metafore, che ricorda il celebre olio sui proverbi fiamminghi. Jacovitti declina così una tecnica tipica del fumetto umoristico, per cui quando Cocco Bill costringe un malvivente a sputare il rospo, ecco che si vede arrivare addosso un enorme e un po' stupito batrace; se gli stonano da presso con una tromba, casca per terra tramortito dalla nota; e così via. Il coccomondo trae la sua esilarante incongruenza non da carnevaleschi capovolgimenti di gerarchie e valori, ma dalla fedeltà al letterale, secondo un'inveterata tradizione della stampa umoristica cattolica (sulla quale Jac si formò), tuttora tenuta viva dalle stucchevoli vignette di «Famiglia Cristiana». Quest'immarcescibile, innocuo spirito di patata è trasfigurato grazie a un'inventiva prodigiosa, che suggerisce accostamenti a volte geniali: tuttavia, di qui a ritenere Jacovitti un surrealista *tout court* – come vorrebbero molti suoi estimatori – ce ne corre.

L'assurdo dilaga anche sul piano linguistico, in una piedigrotta di invenzioni, malintesi, filastrocche e calembour, che preci-

pitano in un immenso calderone, a coniare cento idiomi, dalle maccheronate in russo o inglese all'irresistibile napoletano degli indiani Ciriucacchi («Ahò viscepa', iovòio quaiò! Oquaiò kaimagnà!»). A uno sguardo d'insieme, colpisce nelle tavole di Jacovitti la verbosità, tanto nei dialogati quanto nelle didascalie (vi si potrebbe vedere un retaggio degli esordi al tempo del fascismo, quando i *balloons* erano vietati). Ne deriva con ogni evidenza un rallentamento della lettura, aumentato dall'imprevedibilità e dalla movimentazione delle posture. Il dinamismo esasperato, iperbolico, è infatti la cifra stilistica fondamentale del disegno jacovittiano. Oltre la metà delle vignette tratteggia azioni fulminee, sulla falsariga di un modello fondamentale, il Popeye di Elzie C. Segar. Ma Cocco Bill non si limita a cazzotti, manrovesci, bottiglie rotte e tavoli sfondati, secondo il consueto repertorio. Il filo conduttore delle sue storie coincide con la traiettoria delle pallottole, che si rincorre da una tavola all'altra, secondo linee cinetiche stupefacenti, tra tuffi, piroette e salti mortali, naturalmente eseguiti a velocità siderale. Lucky Luke è talmente lesto da impallinare la propria ombra? Bazzecole. Il Cocco può lanciare una pistola in aria e colpirne il grilletto con una seconda, in modo da fulminare un nemico acquattato dietro un masso.

In effetti, scostandosi dalle prassi consuete nel western europeo, le avventure di Cocco Bill sono costellate di omicidi, compiuti con noncuranza o persino allegramente. Se a ciò si sommano i continui squartamenti, le gragnuole di bastonate che non risparmiano vecchi, donne e bambini, bisogna ammettere che abbiamo a che fare con un fumetto di cinismo e violenza inauditi, al quale Sergio Leone dovette gettare più di uno sguardo, nello sceneggiare la trilogia del dollaro: un rapporto più tardi invertito, come tradiscono alcuni titoli, da *Il Cocco Bello, il Brutto e il Cattivo* (1967) a *Scioscioscioni Cocco Bill!* (1976). Le riserve perbeniste, che sempre accompagnarono questo versante dell'opera di Jacovitti, non gli impedirono di essere abitualmente di casa sulla stampa per ragazzi cattolica, o comunque provvista del marchio MG di Garanzia Morale. Un tale paradosso si spiega con l'assoluta mancanza di drammaticità delle scene più crude, trattate in chiave di commedia *slapstick*, con morti e feriti che cascano in pose teatrali, o finiscono in una bara comparsa d'incanto, già composti e a mani giunte. Mani-

chini di gomma, rappresentazioni chiaramente antirealistiche, come conferma la programmatica assenza di sangue, persino in occasione di sfioracchiamenti a mo' di gruviera e amputazioni spettacolari, per le quali Jacovitti nutre grande entusiasmo, arrivando in una delle storie più movimentate (*Jacovittevolissimamente Cocco Bill*, 1978) a far tagliare in due il Cocco da un sadico Piedi Neri. Ma l'eroe non schiatta e anzi si lamenta con l'indiano irrispettoso dei ruoli, convincendolo a tornare indietro di sette vignette e ricominciare da capo, per poi scorbacchiarlo a modo suo. Allo stesso modo, in *Coccobilliput* (1970), la Mamma – un malvagio e barbuto criminale – sconfigge inopinatamente Cocco Bill, che tuttavia riesce a riscattarsi facendogli presente che restano da riempire ancora nove tavole, abbastanza per rovesciare la situazione.

Al di là del gusto per il metafumetto e la *mise en abîme* (che altrove porta Jac a mettersi in scena, o a farsi aspramente rampognare dalle sue creature), quest'ultimo episodio importa in quanto spia di un sostanziale disinteresse nei confronti dell'intreccio. D'altronde, è noto come Jacovitti tenesse a far tutto da sé, sceneggiando le proprie storie e disegnandole direttamente a penna, senza l'ausilio delle matite, a ritmi indavolati. Inevitabilmente, le vicende del Cocco si dipanano su canovacci standard, disseminati di risse, duelli e agguati, di regola risolti con vittorie travolgenti su variopinte bande di malvagi, senza alcun nesso cronologico tra un'avventura e l'altra. Cocco Bill in ultima analisi può dunque funzionare come un semplice reagente, un principio distruttivo che Jacovitti sposta dall'Alaska al Canada, dal Messico alla Russia, divertendosi a trasformarlo in sceriffo, corsaro e persino cosacco.

Su questi presupposti, chiedersi in nome di quali principi il Cocco metta mano alle pistole sarebbe ingenuo. Il liberale anarcoide Jacovitti crea un eroe che viene semplicemente a punire il mondo, senza neppure sognarsi di cambiarlo. Inoltre non dimostra alcuna inclinazione né per lo psicologismo, né per le fisionomie, tanto che i comprimari finiscono per assomigliarsi tutti, partecipi di un prognatismo accentuato e asimmetrico che li fa parere un battaglione di stralunati cugini di Totò. Lo specifico caratteriale di Cocco Bill si fonda soltanto sulla plebea, strafottente irascibilità, che lo pone agli antipodi del serafico Lucky Luke e lo allontana dai trascinati spacsonci di moda ai tempi in cui nacque, Fred

Buscaglione in prima fila. Con essi, il Cocco non condivide neppure la passione per il gentil sesso, a giudicare dall'allergia alle sceriffe (d'altronde scusabile, data la somiglianza con Tina Pica) e soprattutto alla dinamica signorina che per lui si strugge, Osusanna, della quale il destriero Trottalemme appare fieramente geloso, tanto che non manca chi si spinge a considerarlo – oltre che spalla, censore e madre premurosa – l'unico vero amante del suo padrone. Ma anche a Trottalemme, almeno una volta, Cocco Bill fece le corna: quando Jacovitti lo disegnò in sella a un cavallo a sei zampe, il Supercavallomaggiore. Uno sberleffo all'Eni, per giunta apparso sul «Giorno» di Mattei, che scatenò un putiferio.

Gli occhiali di Cipputi

di Mario Barenghi

«Marx è morto.» «E noi qui in tuta a fare la classe operaia, come dei pirla.» Cipputi è uno di quelli che tengono in piedi la baracca: sempre al lavoro in tuta e guanti, sempre alle prese con qualche macchinario. Nella vita dell'operaio dal naso prominente creato da Altan non c'è tempo per la nostalgia, il sentimentalismo, la rassegnazione. Ma c'è spazio per la coscienza di classe, e per un'ironia impassibilmente lucida che, da dietro le lenti spesse che nascondono lo sguardo, si scaglia in un colpo solo contro i meccanismi del potere, i privilegi dei padroni, l'immatùrità delle forze politiche progressiste.

Probabilmente, volendo impostare un discorso generale sui personaggi di Altan, bisognerebbe partire dagli occhi: di norma grandi, tondi, globosi, solo occasionalmente (nel caso delle figure più sinistre) a forma di aguzzo ovale, ma sempre contraddistinti da una terragna volumetria, da una esibita corporeità. Questo vale anche per i personaggi delle storie infantili, come la Pimpa: la materia si può alleggerire, può acquistare la morbidezza della stoffa e delle piume, ma non diventa mai linea, sfumatura o effetto di luce. A maggior ragione, nei disegni satirici s'impone una marcata impressione di pesantezza, che nelle palpebre socchiuse e cascanti trova il suo stigma più caratteristico.

Straordinaria è la varietà di umori e stati d'animo suggeriti dagli sguardi a mezz'asta dei personaggi di Altan. L'ottusità acquosa e senza rimedio del telespettatore ormai quasi tutt'uno con la poltrona, poco tempo dopo la caduta del muro di Berlino: «Credevo di essere un coglione qualsiasi, invece stavo vivendo un momento epocale». L'impietoso sarcasmo della moglie al marito, sbiottito nel trovare un preservativo nel sugo della pastasciutta: «Bisognava pur adoperarli, visto che li abbiamo comprati». L'autoindulgenza sfrontata e giuliva dell'adulto travestito da ciclista

professionista, che alla domanda «Dove vai?» risponde: «A portare a spasso il bambino che è in me». L'arezza dell'esotica vamp mediatrice: «Il problema è: ce la farà l'Italia a durare fino alla fine della legislatura?». Il cinismo feroce dei due pescecani in doppiopetto, che all'inizio della guerra in Iraq concordano sulla necessità di eliminare, ogni tanto, i tiranni: «Sennò si blocca il turnover». La non arretrata disillusione del cittadino, che di fronte all'allarme «La costituzione è in pericolo!» replica: «Interveniamo, o ci riserviamo il piacere di dire che l'avevamo detto?». Potremmo continuare a lungo. Fatto sta che nella genesi di Cipputi, forse il più famoso tra gli eroi di Altan, il tocco ultimo e decisivo ha riguardato proprio gli occhi.

Narrano le cronache che Cipputi ha visto la luce sull'inserito di «Linus» intitolato «L'Uno» nel maggio 1976. Come spesso accade, la fase iniziale ha registrato qualche oscillazione, a cominciare dalla scelta del nome (un polisillabo piano con preferenza per i suoni sordi: Cipponi, Cisponi, Cesputi, Cavazzuti). Ma al suo esordio il tarchiato operaio in tuta e guanti, dal naso prominente e cucurbitaceo, ha ancora occhi visibili. Poi la grande invenzione: gli occhi di Cipputi scompaiono dietro un paio di lenti tonde e spesse, e il suo volto acquista la fissità di una maschera. Ne risulteranno esaltate da un lato l'importanza del corpo, della postura, dei gesti; dall'altro la fulminante pregnanza delle battute, svincolate da qualunque messaggio (o «rumore») accessorio prodotto dall'espressione facciale. In tal modo, dalle parole di Cipputi non trapecherà mai un umore solo, un solo sentimento o pensiero; e l'occultamento dello sguardo produrrà un effetto di straniamento radicalmente antipatico (istruttivo il contrasto con la mobilità del viso del Bobo di Staino). È grazie a questa semplice quanto geniale reticenza grafica che Cipputi riuscirà a esprimere tutte le potenzialità della sua visione dell'Italia contemporanea.

Il tratto distintivo del personaggio consiste naturalmente nel suo essere un lavoratore, e nel fatto di trovarsi quasi sempre al lavoro. Non mancano, è vero, sporadiche vignette ambientate in modeste trattorie, di cui s'indovinano gli arredi in scialba fòrmica, o nelle spiagge affollate delle più scontate Riviere. Ma a scanso di equivoci sulla sua identità operaia, di norma Cipputi pronuncia le sue battute mentre è alle prese con un macchinario. Una pressa, un tornio, una fresatrice; magari anche un quadro di comandi o una

consolle, ma una macchina comunque. Prima e più di ogni altra cosa, dunque, Cipputi è uno che lavora, con le mani, e con fatica (spesso appare sudato o in affanno): anzi, uno che sta lavorando, e che parla solo per rispondere a una domanda o a una sollecitazione altrui. Di qui le sue parole traggono la loro autorità. Non sono le opinioni di una persona dedita a un'attività dall'utilità sociale opinabile, o di qualcuno che passi il suo tempo nelle chiacchiere, sentenziando e lamentandosi. Cipputi è uno di quelli che tengono in piedi la baracca: l'industria, o quel che ne resta – l'Italia, o quel che ne resta.

Accanto, per lo più, un compagno di lavoro, chiamato sempre per cognome (lo stesso protagonista, del resto, sembra non avere nome di battesimo). Fra echi lombardi, friulani e liguri, nel regesto dei cognomi delle «spalle» di Cipputi Altan intende evidentemente evocare l'ambiente del proletariato settentrionale (con singolari predilezioni per l'iniziale «B» e le terminazioni in -azzi o -is: Binazzi Bundazzi Bisloni Bedoschi Berlaschi Busacchi Binsnaghis, Finazzi Fantazzi Fellazzi Gavazzi Pirazzi Pillazzi Sfrisazzi Tinazzi, Zinis Bizzis Fizzis Guizzis Frasconis Otellis). Ogni tanto si materializzano al suo fianco figure di estrazione diversa: il quadro aziendale, il dirigente, perfino il padrone, nelle fattezze proverbiali di Gianni Agnelli. A uscirne rafforzata è l'immagine di una società divisa in classi, quali che siano le teorie sociologiche o politologiche in voga.

Dal punto di vista dello schieramento politico, Cipputi è *naturaliter* comunista; ma la vicinanza a Pci e succedanei (Pds, Ds) esclude qualunque ortodossia di partito. Ciò non dipende tanto dalla disposizione a criticare all'occorrenza anche i propri dirigenti, quanto da una spregiudicatezza più radicale, che trae alimento da un robusto, inossidabile pragmatismo: da un'adesione ai dati concreti dell'esperienza che si potrebbe definire, manzonianamente, buon senso – facoltà tanto largamente diffusa, quanto facilmente offuscata dai pregiudizi, dall'ipocrisia, dalla disinformazione. Di suo, e di inconfondibile, Cipputi ci mette un'ironia impassibilmente lucida, e affilata come un rasoio. «La lotta di classe è roba d'altri tempi, Cipputi» gli notifica un quadro. Risposta: «Sarà meglio avvisare l'Agnelli, che non continui all'oscuro di tutto». Oppure: «Marx è morto», gli annuncia un collega. Risposta: «E noi

qui in tuta a fare la classe operaia, come dei pirla». O ancora: «Si minaccia lo sciopero generale». Risposta: «Okei Stavazzi: facciamogli un po' vedere chi eravamo».

Ciò detto, è ancora tutto da spiegare il segreto di una *verve* umoristico-satirica che non ha paragoni nella cultura italiana contemporanea, e per la quale nessun riferimento pare troppo elevato (Altan è capace di massime che per concentrazione espressiva e acerbità di morso poco hanno da invidiare a La Rochefoucauld). Si potrebbe sottolineare il suo genio per la demistificazione, insieme sarcastica e canzonatoria; la perspicacia spietata e corrosiva, che non risparmia niente e nessuno; la semplicità diretta del linguaggio, che da un lato indulge a modi colloquiali e popolari, dall'altro rivela una consapevolezza chiarissima della varietà dei tipi di discorso. Ma forse la peculiarità di queste tavole va ricercata in due principali aspetti. Il primo consiste nella propensione di Altan a cogliere più bersagli con un colpo solo, ovvero un bersaglio dietro l'altro, come certi tiratori provetti che al primo sparo centrano il piattello e al secondo uno dei frammenti ancora in aria. Innumerevoli le «doppiette» di Cipputi: loro (la Dc, i padroni, la destra) e noi (gli operai, la sinistra, il movimento sindacale); la durezza dei fatti e le velleità dei media; la realtà sociale e le mode culturali... «E quando facevamo l'opposizione, eh, Cipputi?», sospira un compagno all'epoca dei governi di unità nazionale. Risposta: «Loro di là a rubare e intrallazzare, e noi di qua a gridarci: Ladri! Intrallazzatori!». Oppure: «La Fiat non sta ai patti sui cassintegrati», fa la spalla. «Pazienza, Binaschi. Un giorno un coraggioso film dimostrerà che loro avere lingua biforcuta». O ancora: «State a fare una gran svolta sindacale» dice il quadro «mi compiacchio». «Siamo i nouveaux ouvrié. È l'ultimo grido.»

Il secondo aspetto è rappresentato dall'assoluta impermeabilità di Cipputi al sentimentalismo e alla nostalgia. Per quanto amare, disincantate, disilluse, le sue battute hanno sempre un'intelligenza energica e reattiva che di per sé esclude la rassegnazione. «Di nuovo i sacrifici. E a chi ci toccherebbe farli? A noi!» recrimina gesticolando il compagno. Cipputi, flemmatico: «È una roba delicata; non si può mica farglieli fare a della gente che non ci ha pratica». In osteria: «Il Bertinotti non nasconde il gioco», fa l'altro leggendo il giornale. E Cipputi: «Non vuole essere complice di

un'eventuale vittoria». Di nuovo in fabbrica: «E il revisionismo sulla Resistenza?» esclama il compagno, non si sa se più desolato o scandalizzato. Risposta: «Non possiamo permetterci il lusso di un passato decente senò al confronto risultiamo delle merde».

Sottile e tetragono, mai cinico, mai indifferente, Cipputi non è solo l'operaio che constata il perpetuarsi di ingiustizie, disuguaglianze e inganni, il persistere sempre più spudorato dei privilegi, il replicarsi infinito dei meccanismi del potere, la cronica inadeguatezza o immaturità di quelle che dovrebbero essere le forze politiche progressiste. È anche, e forse soprattutto, il cittadino che non ha smarrito – miracolosamente – il senso civico della decenza. E che senza clamori, senza esibizionismi, rispondendo solo quando viene interpellato, denuncia con acume infallibile le indecenze piccole e grandi: nascondendo dietro gli occhiali la sua indignata imperturbabilità, la sua imperturbabile indignazione, senza smettere mai di lavorare.

Zanardi o la carnevalizzazione della morte

di Bruno Pischedda

È cinico, violento, misogino, fascinoso, anche tossico: è Zanardi. Naso adunco e mento a lama di coltello, abita una Bologna che ha appena digerito il disordine studentesco degli anni settanta e si appresta alla più agiata anormalità borghese. Il legame tra il personaggio e il suo creatore è insidioso. Istinto di piacere e impulsi autodistruttivi, esuberanza adolescente e narcisismo ferale travasano l'uno nell'altro, senza sosta. Dalle maglie del romanzo d'appendice, fuoriesce un inedito porno-noir: ricatti, assassinii e stupri di gruppo si rincorrono entro tavole magistralmente disegnate. È Andrea Pazienza, il più talentuoso fumettaro della nouvelle vague italiana.

Marzo 1981. Sul numero 5 del periodico «Frigidaire», in margine a una storia illustrata dal titolo *Giallo scolastico*, appaiono due epigrafi. La prima, molto celebre e spessissimo riprodotta, recita: «perché la pazienza ha un limite, Pazienza no»; la seconda denuncia viceversa uno stato catatonico, dolorosamente introflesso: «perché il freddo, quello vero, sa essere qui, in fondo al mio cuore di sbarbo». Insomma, senso spudorato di onnipotenza e patetismo adolescente: entro simili coordinate, di tenore alterno ma insidiosamente regressivo, nasce con alquanto clamore il personaggio di Zanardi (Zanna per chi, conoscendolo, ne teme o ne decanta le attitudini ferine).

La silhouette che lo distingue risulta inquietante eppure secca e memorabile: occhio azzurro talvolta velato di sopore, naso adunco, mento esageratamente affilato, capelli biondo paglia raccolti dal codino e sigaretta bogartiana alle labbra. Non è affatto uno sciocco, Zanna, sa anzi interpretare all'istante e in modo retto qualunque situazione gli si presenti; mostra intuito, sottigliezze psicologiche, prova persino elementari stupori di indole metafisica: «La realtà... Bah!», gli viene da pensare in una delle ultime tavole, oniricamente medievalizzata. E nondimeno stupra, ricatta, si

stravolge di eroina, ostenta la più cruda misoginia, uccide senza alcun bisogno economico e spinge il prossimo a uccidersi per puro nichilismo. Odiato e amato da una nutrita cerchia di coetanei, non sembra affatto un qualsiasi giovinastro alla deriva ma un manifesto noir, un'autentica icona, sorta agli albori dell'Italia craxiana con la certezza profetica di oltrepassarla per giungere in perfetta forma fino a noi.

Considerando la variegata produzione a cui il fumettista marchigiano mise mano nella sua breve vita, Zanardi rappresenta per molti versi un apice qualitativo. È il personaggio più pensato, il più longevo nel tempo, per il quale l'autore predispone gli intrighi e le avventure più complesse. Erede dello psichedelico Pentothal, di pochi anni anteriore, annuncia un mondo in cui ciascuno fa per sé, senza più orizzonti, futuri utopici o prosastici, convinto al di là di ogni ragionevole smentita di fare come tutti. Di lui, con scrupolo balzachiano, ci viene detto che appartiene alla classe 1962; all'atto di costituirsi sulla pagina ha dunque 19 anni, e Pazienza, che lo crea, ne ha 25. Un minimo gap anagrafico, se si vuole, ma non privo di conseguenze riguardo al segmento generazionale interessato. Zanna e sodali, Petrilli e Colasanti (Pietra e Colas), sono i primi frutti umani del post '77, un esteso movimento eversivo a carattere studentesco e sottoproletario di cui è appena il caso di recare memoria. Ne avvertiamo gli echi lontani in una tavola dedicata a Petrilli, che a scopo seduttivo, dinnanzi a una sbarba procace, sciorina l'intera litania di espropri e gesta illegali: «eravamo un gruppo e ci mettevamo al centro del corteo... Fai conto questo è il corteo, qui stavamo noi... quando arrivavamo al... metti un bar, il corteo si apriva e noi venivamo fuori, velocissimi, e due rimanevano dietro, due si facevano avanti... e due arrivavano proprio sotto le vetrine, e pensa era fighissimo perché avevamo hai presente Rollerball? Ecco sul tipo, con le ginocchiere e tutti le adidas rosse e palle».

Si può solo sorridere di tanto patetico e improbabile reducismo. Petrilli è lo sfigato del terzetto, il gregario riottoso e sottomesso, mentre nel concepire Zanardi l'autore insiste a più riprese sul senso crudamente oggettivo del personaggio. «La sua caratteristica principale» dichiara «è il vuoto. L'assoluto vuoto che permea ogni azione»; e ancora, in una conversazione di poco successiva, ci tiene a ribadire che il rampollo della media borghesia bolognese di

cui si è assunto la paternità «è cattivo come lo può essere un ripetitore Rai», vive cioè senza colpa, in uno stato di trasgressività congenita impermeabile a qualunque criterio di giudizio. Non l'etica lo guida, ma il *milieu*, il *moment* e le doti d'istinto che lo fanno primeggiare sugli altri.

Sin qui, a prevalere sembrerebbe dunque la denuncia, il gusto per un naturalismo spassionato e *outré* che ama gettare in faccia a una società perbenista, ordinata e magari socialdemocratica le verità più ingrate. Per quanto ellittica, la striscia che meglio illustra un tale intendimento è probabilmente *La proprietà transitiva dell'uguaglianza*, dove Zanardi e soci dapprima si imbambolano in separata sede davanti alla tv, poi, riuniti, percorrono randagi le vie deserte della città e infine condividono l'eroina, pareggiando ansie e differenze incoercibili in una inesausta partita a Risiko.

Il punto è che, nell'insieme delle tavole, un simile progetto risulta di gran lunga disatteso. Liceale pluribocciato, agiato figlio di madre vedova, il membro più vivace del terzetto vorrebbe sì essere un documento raccapricciante dei tempi; vorrebbe sì costituirsi come protagonista ignavo, candido attore in un mondo improntato ai principi di una moralità ipocrita. A un medesimo tratto, però, non è possibile eludere la quota davvero ingente di psichismo perturbato e semischizoide che vincola l'autore al proprio personaggio. «Io ho due dimensioni» annota Pazienza, in un palese sforzo di trasfigurazione autobiografica «... una più sacrestia, sono insicuro, incerto, sessualmente inefficace, l'altra invece è più dura, più efficace e Zanardi volevo che fosse solo questo: una specie di burattino di legno, qualcosa di veramente duro. Allora ho fatto il mio contrario, biondo dove io sono bruno, capelli lisci dove io ce li ho più mossi e soprattutto questo naso... diverso dal mio».

Nel calcolo delle opposizioni e delle identità profonde, delle denunce pubbliche e del mito personale, sta di fatto che Zanardi attinge nel suo comportamento astutamente svagato alle pulsioni più recondite e autodistruttive dell'Io. I riti di iniziazione erotica, viriloidi e promiscui, che si consumano al riparo del magico «clubbino», virano nel volgere di pochi anni al sadismo conclamato di *Cenerentola 1987*, dove il gioco del «plaid», a sfondo sodomitico e incestuoso, dà spazio a un tragicismo edipico che non sembra avere raffronti nel fumetto italiano coevo. Gli stupri di

gruppo (*Zanardi l'inesistente*, *Cuore di mamma*), l'eroina come unico farmaco, gli omicidi intenzionali (*Giallo scolastico*, *Pacco*, *La prima delle tre*), le morti procurate, si affollano con cinismo algido eppure divertito, esilarante, costituendo infine un groppo di insane inclinazioni a cui solo *Zanardi medievale* sembra offrire uno sfogo esplicito: «Li ho uccisi, Pietra – Perché ammazzare è bellissimo» [sic!].

Thanatos, l'impulso di morte, si accampa a tutto agio fra questi disegni, relegando Eros a un ruolo marginale e nettamente subalterno. Non c'è orgoglio dongiovannesco, senso egotico di conquista e neppure vero godimento nell'orizzonte quotidiano di Zanardi, se non nei modi dell'aggressività sadica e misogina, vendicativa, prossima a un punto di rottura con l'ecumene dei consimili. Il peggior Nietzsche insieme al marchese De Sade, molto più dei dadaisti e delle avanguardie primonovecentesche tanto spesso chiamate in causa, contribuiscono in sordina al sottofondo culturale di un personaggio francamente repulsivo, infido, quanto simpatico e persino fascinoso nella sua perversa, arcaica ferocia. Benché privo di fondamento psicologico, e intollerante di risoluzioni catartiche, il dèmone oscuro che agita Zanardi si impone ai disillusi acquirenti degli anni ottanta, ne desta gli appetiti meno socioevoli, mettendo l'autore – già convinto di operare nel senso di una denuncia oggettiva e liberatoria, controcorrente, spregiudicata – di fronte alle proprie responsabilità.

Nasce da qui l'esigenza di elaborare, di straniare il racconto con la presenza pressoché costante del suo artefice, in modo che ne resti in evidenza l'aspetto crudamente oltraggioso ma finzionale. Su questo piano, colto e metanarrativo, due sono gli accorgimenti adottati dal giovane fumettista. L'intervento ludico e inatteso nel mezzo delle storie, ossia la prosopopea di se stesso come personaggio tra gli altri; e l'esibizione iniziale o conclusiva di un io demiurgico e maledetto, straziato, tentato dalla morte: in quanto intelligenza superiore da cui promana, in modo psichicamente semiconscio, il grande disordine pulsionale rappresentato.

Per quanto riguarda il primo artificio, basti considerare la scena di *La prima delle tre* in cui Zanna e soci si recano al cinema. Come d'uso, l'affilato giovanotto rumoreggia, tanto che Pazienza, a sua volta spettatore, lo rimprovera. Ne nasce una violenta collut-

tazione che vede il fumettaro soccombere; e non basta, perché Zanardi cerca una rivalse piena, ne esige l'umiliazione («Inginocchiati!»); finché i due sodali intervengono a sedarne i furori: «Dai Zanna, basta così», lo consiglia Colas, e Pietra, di rincalzo: «Gli fai fuori il suo autore preferito». Oppure ancora si osservi *Zanardi medievale*, dove Pietra, prigioniero di un sogno concepito dall'amico, sta per sperimentare le attenzioni sessuali di tre palafrenieri: «Cristo no! Questo no! Zanardi, porca eva, cambia canale – E vaffanculo pure a te, disegnatore dei miei coglioni – Stronzo – Ti conosco io a te». Ora si siamo nell'ambito dello scherzo dadaista, per cui con oltranza goliardica l'autore gode nel farsi brutalizzare e mandare bellamente a quel paese dai propri personaggi. Restano, beninteso, le componenti sadomasochiste che inestricabilmente presiedono al rapporto tra soggetto creatore e figura creata. Nel gioco arguto del testo e dell'extratesto, ben poco viene a modificarsi in termini libidici, se non per un più accentuato desiderio di autopunizione. Lo stesso struggimento ansioso rilevabile in taluni esordi di racconto – seconda mossa a carattere straniante –, dove il fumettista marchigiano, insieme a un massimo di narcisismo ferale, sembra anche approfondire il meglio del proprio talento grafico.

La tavola che apre *Notte di carnevale* è disposta su tre piani: in alto, secondo una prospettiva ribaltata, verticale e di esplicito tenore cristologico, sta un Pazienza nudo che si macera a braccia aperte tra le coltri («Non così solo...»); al centro appare il titolo, dotato di un lettering rossastro e vagamente goticeggiante che preannuncia fiamme; il piano inferiore, frontale e allungato, mostra uno Zanna discinto, sdraiato su un divano, in attesa dei soci per l'incipiente veglione. La storia che ne esce assume così un connotato non già oggettivo, ma proiettivo; vale come fantasticherie, sogno a occhi aperti dettato da un compiaciuto ma anche profondo malessere. È evidente che Pazienza cerca uno stacco, uno schermo diegetico in grado di neutralizzare eticamente le proprie fantasie; al tempo stesso, però, di pari passo con l'esibizione narcisistica di sé crescono incontenibili da una storia all'altra le ansie di morte. *Zanardi l'inesistente* ha un avvio testamentario: «Di me, amate il riflesso, quella memoria che sale dalle cose che tocco». *Cenerentola 1987*, non a caso il cartoon più feroce della galleria zanardiana, offre in esordio una tavola muta, con sottintesi forse sui-

cidi, il cui senso dominante è in ogni caso quello dell'assenza. Paesaggio cimiteriale, cipressi sullo sfondo; un albero rinsecchito in primo piano. Accanto alle sue radici contorte sta una seggiola, sopra vi si intravedono in bell'ordine le spoglie dell'autore: impermeabile, pantaloni, guanti; a terra alcuni fogli sparsi. In alto, incombente, una enorme nube, composta da un amalgama espressionista di volti e occhi, da cui proviene un boato, «BROOUMM», annuncio di tempesta e finale giudizio. Perché tale era il sentire contraddittorio del fumettista marchigiano, un incontenibile culto dell'Io accompagnato dal più devastante disprezzo per la propria esistenza e persona.

In una delle ultime tavole, un'ulteriore citazione va registrata, stavolta di Sandro Penna: «Forse la giovinezza è solo questo perenne amare i sensi e non pentirsi». Il canto di vita, l'apologia di un corpo fresco e scevro di remore morali si innalza così sul limitare della parabola zanardiana. Molti sono i critici che ne hanno avvalorato l'angolatura gaudiosa e sfrenatamente libidica, eppure giusto nell'esaltazione di una fisicità tellurica si cela l'insidia più grande. Pazienza non celebra affatto il piacere, sembra piuttosto travestire da Eros e da biologismo irrefrenabile, anarcoide, la strapotenza prevalente di Thanatos. Questo l'inganno, o se si vuole l'equilibrio conturbante che il personaggio riesce qui e là a mantenere. La maestria dell'autore nel trascorrere da un accento all'altro, da un volto sagacemente alterato al suo opposto realistico o goticeggiante appare indubbia; il polistilismo grafico che ne caratterizza l'opera è frutto di una chiara e meditata poetica: «al posto di un'implosione» dichiara all'inizio degli anni ottanta, «cioè tutti i segni a convergere in un solo segno, oppure tanti disegni con elementi di comunanza, riconoscibilità, ho deciso di operare un'esplosione, di distribuire la qualità del segno in una serie di possibilità l'una diversa dall'altra e di esagerare, quasi a livello di esercizio, queste differenze». Nessuna discussione è possibile, Pazienza è davvero un maestro del fumetto, testimonia un pieno possesso degli strumenti tecnici e operativi. E tuttavia a connotare le storie zanardiane non è il semplice virtuosismo, la moltiplicazione fantasmagorica e inaspettata degli stili, ma il contrasto più specifico che si determina tra gusto caricaturale, goliardico, adolescente e infine comico del tratto, e sprezza luttuosa, sadicamente atteggiata dei

materiali narrativi. Se c'è qualcosa di notevole nella figura di Zanardi, sta proprio qui, nella carnevalizzazione della morte, nello *humour noir*, più surrealista che dadaista, tra Lautréamont e Bataille, diciamo, tramite cui l'autore tenta di arginare una suprema ansia distruttiva, conferendogli una forma massimamente spettacolare e appetibile.

Almeno nei *graphic novels* più estesi, è palese il debito che egli contrae con le risultanze dell'appendicismo romanzesco. Basta osservare la conduzione del racconto, gremito di analesi, agnizioni, resoconti onniscienti frammisti a narrazioni interne. O meglio, le tecniche sospensive e centrifughe del *feuilleton*, unitamente a taluni accorgimenti sintetici di pretta derivazione cinematografica, per cui ellissi, montaggi incrociati, simultaneità d'azione. La libertà che Pazienza si prende nel comporre una storia è massima, senz'altro superiore a quanto la tradizione fumettistica nostrana sembrava consentire. E nondimeno è l'eroe popolare e vendicatore, duplicato in decine e decine di esemplari ottocenteschi, a stimolarne la fantasia. Sotto questo profilo, inevitabile appare il riferimento a *La prima delle tre*, in cui compare una lettera del superdandy Colas a Luisa, la sorella di Zanna: «Ho letto il libro che mi hai regalato, *I tre moschettieri*, e all'inizio mi sentivo uno stupido, ma poi non riuscivo a smettere, BELLISSIMO!!! Io mi sono riconosciuto nel personaggio del conte de la Fere, col suo carattere nobile ma virile e focoso (anche se un po' la mena). Ma non ho amici come lui, ne ho avuti, e le avventure che vivo io sono schifose...». Si può dire che il romanzo d'appendice faccia da scafo e da timone per le avventure zanardiane. Persino la lingua, talora, ne mima ironicamente l'andamento paludato: «Alle corte Madame, dia un'occhiata», sbotta Zanna deponendo sul tavolo di una matura padrona di casa le foto della giovane figlia impegnata in una solenne *fellatio*.

Certo, il vincolo che lega Colas, Zanna e Petrilli non ha nulla a che spartire con il solidarismo moschettiere concepito da Dumas. Un sottile alternarsi di seduzioni, rimbrotti sprezzanti e prepotenze stringe il terzetto di teenagers nelle avventure più efferate. Lo spiega bene Zanardi già nella storia d'esordio: «Vedete, noi tre siamo fatti così – se non sapeste che vi tirerei dentro fareste finta di non conoscermi – non siamo mica vecchi amici!!». Insomma *I tre moschettieri*, sì, ma riletto alla luce di *Arancia meccani-*

ca (le tutine rosa di *Notte di Carnevale* possono valere come prova semiseria); cui si aggiungono non sporadiche incursioni nella novellistica boccaccesca: la punizione degli sciocchi, Pietra che muore in odore di santità, lasciando in dote il proprio nome a edifici scolastici e nascituri. Che è quanto dire sceneggiature di tipo polaresco, effettistiche e ricche di temi già battezzati dal gusto invalso; non disdegnose di attingere a un remoto Medioevo, tanto in voga nella Bologna di Umberto Eco e Piero Camporesi, quanto ai coevi fatti di cronaca (il mostro di Scandicci).

Forte di materiali tanto compositi, psichicamente insidiosi e di immediata evidenza, dal tratto giocoso benché inclini al pornografico e al *noir*, Pazienza si inoltra nel vuoto pneumatico degli anni ottanta. Chiaro è l'intento di tenere alta la bandiera del fumetto underground italiano, recentemente costituitosi; come chiaro è il desiderio di favorirne una commercializzazione più vasta. Persiste, senza dubbio, una nota di polemica antiborghese, se non antiemiliana. Troppo insistito è il ricorrere di figure appartenenti al ceto medio, bottegaio e delle professioni: il ributtante farmacista di *Verde matematico*, la buona madre, docile al ricatto e allo stupro, di *Cuore di mamma*, lo stolido *tv producer* berlusconiano sberzucchiato in *La logica del fast-food*. Di fronte alla socialdemocrazia bolognese, ipocrita e satolla, Zanardi e la sua cricca portano un ribellismo senza ideologie ma programmaticamente misogino: «Come fai a farti sbattere da quello stronzo – vieni qua – una gran vacca come te – Sei troppo troia, ti meriti una punizione». Le nuove generazioni del benessere medio borghese, immemori di utopie sessantottesche o settantasettine, deragliano agiatamente nel sadismo, nel multisex aggressivo, e per le femmine non c'è scampo. Un simbolo, anzi un *brand*, una volta di più emiliano-romagnolo, resta a suggello di tanto abbruttimento sociale, il cavallino rampante della Ferrari, che in *Zanardi medievale* Petrilli elegge a unica certezza superstite: «qualcosa in cui credere».

Siamo al culmine di una corrosività ideologica ormai orfana di prospettive; e di questo vuoto esistenziale, valoriale, nichilista, non solo il giovinastro biondo con la sua cricca, bensì Pazienza stesso appare il campione. Il *no future* come messaggio è esso stesso un messaggio, certamente provocatorio, dirompente, ma rischioso. Mentre il personaggio di Zanardi è ancora in pieno svilup-

po, nell'aprile del 1985, sulle pagine di «Alter Alter» appare il profilo macilento di Pompeo, il tossicomane suicida, ultima e più sconsolata creazione di chi ha barattato il vitalismo ribelle con l'autoannullamento. A trentadue anni, per un'overdose di eroina, Paziienza muore. Al di là delle idolatrie postume e dei riconoscimenti di rito, a coglierne nitidamente il senso storico e artistico è stato lo scrittore Pier Vittorio Tondelli, pronto anch'egli a una scomparsa precoce, che sarebbe sopravvenuta appena tre anni dopo quella dell'amico. «È questo» scrive conturbato nel giugno del 1988 «che la morte di Andrea mi mette davanti, spietatamente: il lato negativo di una cultura e di una generazione che non ha mai, realmente, creduto a niente, se non nella propria dannazione».

La forza di Bobo

di Luca Raffaelli

L'avreste detto? C'è una linea di personaggi disillusi che va da Paolino Paperino a Homer Simpson. In mezzo, c'è Bobo. Staino si è appropriato politicamente di un mito del fumetto per rinnovare la satira: Paperino era il personaggio che poteva rappresentare il disagio e la frustrazione del militante di sinistra alle prese con il tramonto delle ideologie e delle fantasie rivoluzionarie, con i partiti che slittano, con la ricerca di leader che mostrino nella pratica ciò che professano a parole. Bobo è il suo Paperino, rimodellato e aggiornato a partire dalle proprie frustrazioni; perché solo la consapevolezza può rendere più forti di chi è Gastone.

C'era un giochino che andava di moda qualche decennio fa. Quello di chiedere (o chiedersi) se i personaggi dei fumetti fossero di destra o di sinistra. Queste divisioni erano allora più categoriche di quanto, almeno apparentemente, risultino oggi. Si trattava di un'inchiesta folcloristica, di quelle che funzionano soprattutto nelle parti più popolari di un quotidiano o di un settimanale. Molti, di fronte a quel giochetto, storcivano il naso, soprattutto nel mondo del fumetto. Ma il problema di quei sondaggi non era tanto nella domanda; il problema era nella superficialità delle risposte. In base a cosa Tex veniva considerato di destra o di sinistra? Quali azioni specifiche facevano mettere Batman tra i reazionari e Ken Parker tra i progressisti? Insomma, credo che l'idea di un'analisi politica dei personaggi dei fumetti non sia affatto peregrina e non sarebbe affatto sbagliato affrontarla anche all'interno dei mondi fantastici in cui questi vivono. Sarebbe piuttosto una fatica, ma piena d'interesse. E non, ovviamente, per cercare le sciocche suddivisioni che il Gaber disilluso e purtroppo un po' qualunque degli ultimi anni ha preso in giro (la doccia è di sinistra, il bagno è di destra), ma perché nelle azioni quotidiane, nelle parole usate, negli obiettivi che si prefigge un

personaggio dei fumetti si nasconde forzatamente un'intenzione etica che si può tradurre in idea politica. In molti casi ci sarebbe da discutere perché, nonostante la struttura seriale di molti fumetti di successo, il comportamento dei personaggi non è coerente, come nella maggior parte degli esseri umani. Tanto più in personaggi che non esprimono teorie, ma mostrano prassi.

Prima o poi arriveremo a Bobo, ma c'è ancora un passaggio da fare. Quello che ci porta all'analisi (appena accennata, come può esserlo in uno scritto breve come questo) di due popolari figure del fumetto disneyano: Gastone e Paperino. Zio Paperone mettiamolo da parte: è la dimostrazione di come il capitalismo possa essere rappresentazione di una forma di disagio psichico che si trasforma in malattia sociale. Gastone, invece, è proprio la personificazione di un razzismo di classe: egli è fortunato mentre quasi tutti gli altri non lo sono, egli è felice ed è felice solo attraverso il denaro. Gastone è un personaggio che non esiste, esiste solo la sua fortuna, eccessiva e «antieducativa»: le favole ci hanno sempre insegnato che la propria bontà si deve costruire e alla fine viene ricompensata. Gastone è una maschera che non costruisce proprio nulla, creata solo per sottolineare la differenza con la normalità. Paperino è il suo contrario. Ma non perché è sfortunato, come solo talvolta è e come si dice di solito. Paperino è il suo contrario perché è un personaggio pervaso dalla frustrazione, perché le sue speranze vengono sempre vanificate, perché non riesce a essere fino in fondo un papero soddisfatto di sé e della sua vita.

Sergio Staino, quando ha cominciato a realizzare Bobo (era la fine degli anni settanta), ha capito che Paperino era il personaggio che poteva rappresentare il disagio e la frustrazione del militante di sinistra alle prese con il tramonto delle ideologie, delle fantasie rivoluzionarie, alle prese con i partiti che slittano (anche questa è di Gaber, ma del più illuminato), con la ricerca di leader che mostrino nella pratica ciò che professano a parole. Anche in virtù di una visione alta e democratica della vita, in cui raccontare le proprie debolezze è segno di forza, Sergio Staino decide che un suo Paperino, rimodellato e aggiornato, avrebbe dovuto essere il se stesso protagonista delle sue storie satiriche a fumetti. Un Paperino che non ha fidanzata e nipoti, ma una moglie e due figli, esattamente come nella realtà. Perché, a differenza di Paperino,

Bobo ha a che fare con la realtà vera, con il suo privato che diventa pubblico e con il pubblico che si ritrasforma nel privato. A differenza di Paperino, Bobo ha la coscienza di essere quello che è: un personaggio, perfino uno strumento, talvolta. Così Staino si è appropriato politicamente di un mito del fumetto per rinnovare la satira che fino allora aveva raccontato certezze (magari deluse) e preso per il culo (aumentando cattiveria e goliardia anarcoide) i nemici (che è cosa vecchia. E poi, come si fa, se le certezze non ci sono più?). Staino parte dalle proprie frustrazioni, perché solo attraverso una crescita personale si arriva a essere più forti di chi non ha bisogno di costruirsi, di chi è Gastone e dunque non avrà mai consapevolezza della realtà (anche se, magari, potrà continuare a vincere).

Poi: se Bobo ha ripreso la tradizione paperinesca che Carl Barks ha creato per la ditta Disney, d'altra parte è stato anche anticipatore dei temi proposti dai Simpson. Ma se Matt Groening ironizza pesantemente sulla propria famiglia come può fare un creatore cattivo e comprensivo allo stesso tempo, come un Dio che sa ridere della fragilità, volgarità, limitatezza delle proprie creature, Bobo sa già che Dio è morto, che tutto quel che si può fare del mondo passa attraverso le nostre scelte, la nostra forza nel continuare a sperare e la nostra capacità di raccontarci.

Lo sdoganamento dei fumettacci

di Vittorio Spinazzola

Protagoniste belle e discinte di sfrenate avventure ai limiti del buon senso e del comune senso del pudore, vittime delle peggiori sevizie da parte di comprimari assatanati, le eroine dei fumetti erotici anni settanta hanno contribuito a capovolgere l'immagine della femminilità remissiva divulgata dalle narrazioni rosa sentimentali, come pure le più tradizionali convenzioni romanzesche. A distanza di decenni, la canonizzazione editoriale delle antologie di Rizzoli, Neri Pozza e Mondadori avvalora la rentrée in grande stile delle ragazzacce dell'eros: dai ripiani più defilati delle edicole provviste di séparé, ai banchi novità delle librerie del centro.

Oggi come oggi l'immaginario fumettistico italiano è popolato con preminenza assoluta da personaggi maschili. Ma qualche decennio fa pullulavano invece le ragazze, d'ogni epoca e paese, ciascuna delle quali dava il titolo a un albo periodico: Isabella, Alika, Selene, Jacula, Zora, Messalina, Jolanda, Sukia, Naga, e così via, nelle declinazioni più varie dell'onomastica femminile, autentica o inventata. Questi però non erano fumetti d'autore (salvo il caso speciale della Valentina di Crepax): erano mercanzia dozzinale, sprezzantemente proscritta dall'ufficialità culturale per un doppio motivo: perché inclinavano in modo più o meno accentuato alla pornografia e perché apparivano privi dei requisiti minimi di decoro formale. Prodotti simili non andavano presi in considerazione neanche per dirne male, per quanto grande fosse il loro successo. Anzi, quanto maggiore era la loro fortuna di pubblico, tanto più correva l'obbligo di considerarli inesistenti, con una sorta di *damnatio calami*.

Il fenomeno è durato una quindicina d'anni, tra gli ultimi sessanta e i primi ottanta; poi si è estinto quasi del tutto. Nei mesi scorsi però c'è stata un'operazione di recupero che ha avuto un significato di sdoganamento, cioè di legittimazione letteraria, abba-

stanza sensazionale. I fumettacci di allora avevano avuto come massimo promotore, in veste sia di sceneggiatore sia di editore, un Renzo Barbieri, figura ignota ai lettori d'élite. Adesso invece una grande editrice commerciale, Rizzoli, e una piccola casa di qualità, Neri Pozza, hanno pubblicato due bei volumi antologici dai titoli inequivocabili: *Maledette, vi amerò. Le grandi eroine del fumetto erotico italiano*, a cura di Sergio Rossi, e *Vietato ai minori. Vamp e Vampire: Jacula, Zora, Sukia e Yra*, a cura di Graziano Origa. Poco dopo è arrivata la Mondadori con una terza antologia, *Alta infedeltà. Il meglio dell'eros italiano a fumetti*, «Oscar bestsellers», a cura di Diego Cajelli e Marco Schiamone, che presenta non episodi tratti da saghe fumettistiche ma raccontini autonomi, e punta non tanto sui personaggi disegnati quanto sui disegnatori.

Tutti i curatori contano sull'effetto nostalgia, considerando i testi come documenti significativi dei grandi rivolgimenti di costumi addebitabili a un incrocio tra sessantottismo e femminismo. Ma poco rilevano il fatto che Isabella e le consorelle rappresentavano un capovolgimento radicale dell'immagine di femminilità più divulgata popolarmente nel dopoguerra: i fumetti passionali, rosa shocking, alla «Grand Hôtel», con le loro brave fanciulle sempre e solo alle prese con le pene sentimentali, nella ricerca laboriosa del Principe azzurro. D'un tratto ecco farsi avanti un tipo di donna opposto, emancipata, avventurosa, che ne combina di tutti i colori. Magari si tratta di ragazze perbene che le circostanze costringono a comportarsi da cattive; e può darsi che conservino un'aspirazione alla fedeltà in amore. Ma certo il concetto tradizionale di pudore non le riguarda più.

Le tipologie delle storie sono sensibilmente diverse, e bisogna distinguere: c'è il filone storico-avventuroso di Isabella, il piratesco di Jolanda de Almaviva, il fantascientifico di Alika, il vampiresco di Jacula e Zora, il comico-fiabesco di Biancaneve, lo storico-satirico di Messalina, il western di Tartan, oltre beninteso all'incrocio dell'erotismo con il thriller criminale, sul modello di Satanik. Ogni personaggio ha qualche peculiarità che ne caratterizza icasticamente la fisionomia. Ma naturalmente la meccanica delle vicende tende alla ripetitività. Colpisce il fatto che alle eroine capita regolarmente di subire le peggiori sevizie: Isabella viene violentata da un grosso orso; Frieda è stuprata da un robot metallico e poi

posseduta da una lesbica munita d'una sorta di trapano elettrico; Yra per fuggire ai persecutori si traveste da ragazzo ma viene sodomizzata da uno sgherro gay; Natassia (sic!) viene violata in un amplesso onirico da un mostro subacqueo.

I fumettari intendono trasmettere al maschio adolescente, loro lettore elettivo, un messaggio a doppia valenza. Per un lato, l'idoleggiamento di una femminilità che rinnega la missione di angelo del focolare e libera la sua sessualità entusiasticamente, freneticamente; per l'altro lato però al pubblico viene offerto l'assaporamento dei guai, le sventure, le umiliazioni, cui la loro intraprendenza le espone. Per sottinteso, si suggerisce che la donna, se non ha un uomo a proteggerla, si espone ai castighi più sadici. Vero è che queste fanciulle alquanto scafate non stanno a drammatizzare troppo i loro infortuni: una scrollata e via, più sexy e ribalde di prima.

L'essenziale è che il corpo femminile resti il protagonista assoluto del racconto. Il vero punto di forza del fumetto consiste nell'esibizione visiva delle fattezze fisiche dell'eroina. Il formato tascabile dell'albo, con due sole vignette per pagina, consente di valorizzare adeguatamente l'immagine, affidata a disegnatori che ci sanno fare, alcuni davvero bravi: c'è il segno pulito di Sandro Angiolini, quello turgido di Roberto Raviola alias Magnus, l'estro frondoso di Leone Frollo, il garbo elegante di Milo Manara, la stilizzazione pop di Roberto Baldazzini. A volte i tratti fisionomici si ispirano a quelli di qualche donna di spettacolo, da Michèle Mercier a Senta Berger a Sylvie Vartan, a parte il caso di Ilona Staller, in arte Cicciolina, cui è dedicata una vera e propria biografia romanzata.

In ogni modo, la figura femminile non viene mai deformata caricaturalmente, come capita agli uomini e con maggior perfidia ai gay. Va da sé che queste ragazze ben tornite compaiano in scena il più spesso possibile nude o seminude o per lo meno disscinte: in Jolanda c'è addirittura un veliero con una ciurma di marinarette svestite. Bisogna però tener conto che dapprima ci si limitava alle pose plastiche procaci mentre poi si passò rapidamente alle oscenità pornoginecologiche, di sapore postribolare. Emblematico il titolo di uno dei prodotti più recenti, *Casino*, con la tenuta madame Con, disegnatore lo spudorato Frollo.

Il fumetto erotico però cadde vittima non tanto dei suoi eccessi, quanto della concorrenza di videocassette hard e dvd: vana-

mente contrastati dai poco fortunati fotofumetti alla «Supersexy» e «Sexybell». La sua funzione, se gliene si vuole riconoscere una, era stata di far deflagrare alcuni miti fondamentali della vecchia narrativa popolare, quella di genere rosa, facendola virare al nero: dalle trepidazioni intimistiche all'anarchismo delle pulsioni anti-sociali. Nelle strutture narrative, l'esuberanza indisciplinata della voglia di dare scandalo aveva per riflesso l'indole assurdamente scombinata degli intrecci. A rileggerli oggi, questi fumetti lasciano interdetti più che per la licenziosità sfrontata, per l'assenza di connessioni logico-sintattiche che tengano in piedi la trama. Furoreggiano le trovate di una fantasia balzana e balorda, a un livello sconcertante di infantilismo psichico. Il collante che tiene insieme gli episodi è solo l'ossessione sessuale, che pervade il racconto nelle circostanze più inattendibili, sui pretesti più fasulli.

Siamo alle prese con un oltraggio ininterrotto ai criteri della verisimiglianza o diciamo pure del buon senso realistico. Certo, anche l'irrealismo ha la sua ragion d'essere e non è detto che sia immeritevole di rispetto. Si può capire dunque l'indulgenza con cui i sostenitori dello sperimentalismo letterario più sofisticato e cerebralistico guardavano prodotti che strapazzavano così brutalmente tutte le convenzioni del romanzo ben fatto di eredità ottocentesca. Ma oggi, nel nostro mondo postavanguardistico e post-postmoderno, quelle vampate di un trasgressivismo trucibaldo e dissennato appaiono irrimediabilmente datate. A renderle ancora godibili è solo il ricorso alla comicità, per quanto sguaiata e farsesca. Non si può negare la spassosità di certe versioni per adulti di fiabe famose, come Biancaneve o Cappuccetto Rosso, alle prese con sette nani assatanati e regine lussuriosissime.

Non per nulla, dei fumettari erotici di vecchia generazione quello sopravvissuto meglio è Milo Manara, che disegna con accurata compitezza storie straordinariamente invereconde ma le intride di ironia beffarda. E ciò gli è valso un riconoscimento di pregio un tantino sorprendente: l'austero «Sole 24 ORE», organo della Confindustria, gli ha pubblicato le opere al completo, in ventun volumi di grande formato. C'è davvero da complimentarsene con la sua eroina più scanzonata, che si chiama Miele perché, secondo le sue parole, «ce l'ho dolcissima, almeno così dicono».

GLI AUTORI

Alte tirature

Broken Italian, letteratura migrante
di Alberto Rollo

Dio non comanda e anche i padri latitano
di Giovanna Rosa

Tre Magris al mese
di Alberto Cadioli

Il fascismo al tempo di 3MsC
di Paolo Giovannetti

Il senso delle donne per la guerra
di Chiara Richelmi

Il «Ferrante novel»
di Maria Serena Palieri

Si fa ma non si dice
di Sylvie Coyaud

Storie di precariato
di Stefano Ghidinelli

La canzone cerca il libro. E viceversa
di Umberto Fiori

Comprati in edicola

Alla ricerca del fumetto perduto
di Paolo Interdonato

Una Pimpa per le bimbe
di Maria Sofia Petruzzi

Adottati a scuola

In Lombardia non si pensa con le mani
di Paolo Giovannetti

ALTE TIRATURE
Broken Italian,
letteratura migrante

di Alberto Rollo

Racconta un mondo instabile punteggiato di esperienze esistenziali, politiche e sociali drammatiche, e si serve della lingua del paese ospite per produrre una visione «straniata» e dunque più efficace. È la narrativa del «broken Italian»: quella di chi è nato altrove ma, migrato qui, scrive nella nostra lingua; quella delle seconde generazioni in bilico tra identità primaria e futuro. Un patrimonio di storie «altre» che rompe la lingua, i modelli rappresentativi, i codici dell'immaginazione, la fragilità della fedeltà e dell'infedeltà alla tradizione della letteratura nazionale.

Se non è una novità l'uso dell'inglese (non meno di quello del francese o del portoghese) nei romanzi di scrittori con origini o radici diverse da quelle della «lingua franca» che veicola l'esperienza del raccontare, lo è invece l'uso dell'italiano. Inglese, francese e portoghese hanno a che fare con lo sviluppo di una letteratura che è stata anche chiamata, con termine controverso, «postcoloniale». Al di là di un non mai troppo ovvio legame fra classe, educazione e forme di egemonia culturale, la lingua dei colonizzatori ha giocato un ruolo fondamentale nello stesso processo di affrancamento, e soprattutto – attraverso assorbimenti progressivi – è venuta cedendo a forme e modi che ne hanno reso più duttile la struttura, creando un'interazione non conflittuale fra normatività ed espressività. Ne è esempio eclatante il *broken English*, l'inglese scorretto, che da tempo è, e continua a essere – quanto più si impone come lingua d'uso trasversale –, un'area fertilissima di sperimentazione.

L'italiano è esposto invece a forme di migrazione recentissima. Si «rompe» non meno di quanto si sia rotto attraverso l'influenza dei dialetti nazionali, ma crea in ogni caso – e necessariamente – aree franche, mescolazioni, brecce. È comunque, credo,

fenomeno troppo recente perché gli studi linguistici possano registrare sensibili trasformazioni.

La stessa esperienza di scrittori che «adottano» l'italiano come lingua narrativa non va al di qua dei primi anni novanta, quando la prova-battistrada fu il libro scritto a quattro mani da Oreste Pivetta e Pap Khouma, *Io, venditore di elefanti* (Garzanti, 1990). L'esperienza reportagistica di Pivetta apriva la strada, attraverso l'ascolto e il montaggio di un materiale che apparteneva a un *natural born storyteller*. Apriva la strada ad altre storie che avrebbero non solo testimoniato le migrazioni in atto, ma anche acceso l'opportunità di raccontarne le conseguenze. Fra il 1990 e il 1991 escono anche *Immigrato* di Salah Methnani e Mario Fortunato (Theoria), *Chiamatemi Alì* di Mohamed Bouchane (Leonardo), *La promessa di Hamadi* di Saidou Moussa Ba e Alessandro Micheletti (De Agostini).

Piccoli e grandi editori hanno cercato negli anni successivi di motivare scritte o monitorarne l'emersione creando un paesaggio ricchissimo di nomi e titoli, di cui dà nota Raffaele Taddeo nel suo generoso *Letteratura nascente. Letteratura italiana della migrazione. Autori e poetiche* (Raccolto Edizioni, 2006). Un paesaggio avventuroso, ricco di sperimentazioni, che in ambito accademico ha avuto un attento scrutatore in Armando Gnisci (cito fra gli altri i titoli: *La letteratura italiana della migrazione*, Lilith, 1998 e *Nuovo planetario italiano. Geografia e antologia della letteratura della migrazione in Italia e in Europa*, Città Aperta, 2006).

Né peraltro, da un punto di vista più militante, si possono dimenticare l'attenzione esercitata da uno scrittore come Pier-sandro Pallavicini (la sua collaborazione alle riviste «Fernandel» e «Pulp», e la consulenza attiva alle Edizioni dell'Arco), o gli interventi che alla letteratura migrante ha dedicato Carmine Abate.

Ma non voglio qui ripercorrere un segmento di storia letteraria ancora così denso di potenzialità e dunque esposto a periodiche accelerazioni giornalistiche (un articolo importante di Flavia Capitani e Emanuele Coen apparso sul «Venerdì di Repubblica» nel 2005: *E l'Italia gira pagina con gli scrittori venuti dall'Africa*), entusiasmi critici compresi fra la perorazione e la promozione, sospette appropriazioni accademiche.

Le mie competenze non possono in ogni caso contribuire a una valutazione del «fenomeno» nel suo complesso – così difficile, mi sembra, da ricondurre a una sintesi efficace. Preferisco limitarmi alla percezione di alcuni elementi che il lavoro editoriale mi porge con sufficiente chiarezza. Fra gli altri, quello che concerne il notevole impegno profuso da editori grandi e medi, ma soprattutto piccoli (fra gli altri: Portofranco, Fara Editore, Sinnos Editore, Edizioni dell'Arco, Edizioni Eks&Tra), nel sostenere la «causa editoriale» della letteratura migrante. Una «causa» che, ad esempio, gli stessi Capitani e Coen hanno sposato, dopo l'articolo sul «Venerdì», curando per Laterza nel 2006 *Pecore nere*, un volume che raccoglie le prove narrative di quattro scrittrici: Igiaba Scego, di genitori somali; Laila Wadia, nata a Bombay da genitori indiani; Ingy Mubiayi, nata al Cairo da padre congolese e madre egiziana; e Gabriella Kuruvilla, nata in Italia da padre indiano e madre italiana.

Il guaio – se così possiamo chiamarlo – è che «letteratura migrante» rischia di diventare una formula che in verità assembla esperienze (e migrazioni) molto diverse.

Ho preferito porre direttamente la domanda su cosa possiamo intendere per letteratura migrante a Piersandro Pallavicini. «Vedo la letteratura migrante» dice «come la letteratura di chi è nato altrove, è migrato qui, e scrive nella nostra lingua, ma non solo: “percepisco” come letteratura migrante anche quella delle “secondo generazioni”, cioè quella scritta dai figli – nati qui – dei migranti. Non ne faccio una questione di esperienza della migrazione vissuta in prima persona: il carico di differenze, il catalogo di immaginario, gli attriti e la sovrasensibilità vissute su (o causate da) la propria pelle appartengono anche a chi ha una famiglia migrante ma è nato qui. La definizione di “letteratura migrante”, nella mia immaginazione, non è insomma né tecnica né di comodo, ma riunisce in una categoria che percepisco chiaramente (ma fatico a definire con una formula) *gli scrittori che portano su di sé visibili differenze che, consciamente o meno, si riverberano profondamente su ciò che scrivono* [corsivo mio].»

In verità, il fenomeno sociale della migrazione non è univoco e uniforme. Così come non è uniforme il rapporto che si stabilisce fra lingua originaria e lingua di servizio, fra radici identitarie e costru-

zione di una nuova identità, fra l'espressione di un disagio in forma di dialogo o di polemica con il paese ospite (o con il paese di origine) e il racconto di un'esperienza drammatica che ha bisogno della lingua del paese ospite per produrre una visione «straniata» e dunque più efficace dal punto di vista dell'evocazione di dolorosi dati di realtà.

In questa fondamentale difformità esiste comunque un aspetto non trascurabile che accomuna esperienze esistenziali, politiche, sociali profondamente diverse: quali che siano la provenienza o le ragioni della provenienza di chi scrive, ci troviamo di fronte a un patrimonio e a una ampiezza di storie dalle quali discende una visione di un mondo instabile, che si muove, spesso con esiti drammatici.

Una scrittura narrativa che, consapevolmente o meno, sia veicolo di quel movimento e di quelle storie è in grado di aprire un taglio prospettico inedito sulla realtà del nostro paese, messo per la prima volta alla prova con l'immigrazione, con i conflitti etnoreligiosi, con il razzismo.

Fondamentale è la formazione di una percezione socioculturale destinata a erodere progressivamente l'immaginazione modellata dall'esotismo culturale, quel misto di distanza e diversità folkloristica che è l'altra faccia dell'odio e della paura della diversità.

Chi ha riconosciuto nelle prime prove di quella che è stata chiamata letteratura migrante una svolta vitale, non sbagliava.

Sbagliava forse nell'istituire classificazioni di comodo, nell'immaginare una sorta di rigenerazione letteraria, nel compiacere esperimenti espressivi non sempre all'altezza delle ambizioni e delle aspettative.

Quel che si «rompe», come anticipavo sopra, non è esattamente la lingua, o non è *solo* la lingua – anzi, semmai potremmo registrare un percorso inverso, un uso rispettoso di un italiano letterario, comunque di un italiano corretto –, quanto i modelli rappresentativi, i codici dell'immaginazione, la fragilità della fedeltà e dell'infedeltà alla tradizione di una letteratura nazionale. Da quel «rompersi» è possibile il discendere di un taglio straniato del guardare indietro – alle proprie origini – o del guardare avanti – all'Italia ospitante, o ancora, più semplicemente, del guardare in sé.

Dal punto di vista della cultura nazionale, tutto ciò ha un peso specifico non indifferente.

Più della lingua italiana, è l'Italia a rompersi. Ad aprire spazi. Ad arricchire di sostanza e sicurezza l'avventura interculturale che caratterizza la vita sociale del nostro paese.

Il modo in cui Jadelin M. Gangbo, in *Rometta e Giulio* (Feltrinelli, 2001), muove uno scenario multietnico è significativamente privo di intenzioni dimostrative: è lo scenario che conoscono i protagonisti del suo romanzo. La stessa cosa accade in *Amiche per la pelle* (e/o, 2007), di Laila Wadia, che pur affronta deliberatamente il tema dell'integrazione. E numerosi sono gli esempi che, dentro la letteratura di testimonianza o al di fuori di essa, si dispongono «semplicemente» a raccontare.

Si direbbe che, rispetto alle nuove generazioni di scrittori italiani (giovani e no) che si sono affaticati intorno alla destrutturazione del «parlato», alle tardive prove di non-romanzo, di romanzo ombelicale, di romanzo-reportage egocentrato, e infine di riscoperta del romanzo attraverso il recupero (anche quello tardivo) del postmoderno americano, gli scrittori che hanno adottato l'italiano solo recentemente come lingua letteraria si sono sentiti – anche per ovvie ragioni – molto meno condizionati dal fare i conti con codici linguistici in ebollizione, con lo schierarsi pro o contro la restaurazione della narrazione pseudoottocentesca. Questi scrittori portano innanzitutto delle storie, e le portano in un contesto linguistico che sentono permeabile – forse più permeabile di quanto appaia a chi di quel contesto sente soprattutto la costrizione.

Superata la fase della letteratura testimoniale (che è sovente fatta di testi scritti a quattro mani o ampiamente rivisti in sede editoriale), ci troviamo di fronte a figure di narratori forti.

Insieme al romanzo di Gangbo posso citare – facendo riferimento alla mia esperienza editoriale – le opere di Bijan Zarmandili, Elvira Dones e Maksim Cristian.

Quattro esperienze molto diverse fra loro. Bijan Zarmandili, dopo il trasferimento in Italia dall'Iran dello scià, ha lavorato a lungo come giornalista. *La grande casa di Monirrieh*, che ha pubblicato per Feltrinelli nel 2004, è il suo primo romanzo. Vi si racconta la storia di Zahra (unico personaggio, al di là di quelli della recente storia persiana, che porti un nome). È una donna che, sen-

za proclami o prese di partito ideologiche, opera continuamente scelte controcorrente che la espongono progressivamente a un destino intollerabile. Si leggono attraverso Zahra – o addirittura sul corpo di Zahra – le vicende di un paese sospeso fra istanze di straordinaria apertura e improvvise risoluzioni reazionarie. A *La grande casa di Monirrieh* ha fatto seguito *L'estate è crudele* (2007), dove si racconta di due studenti iraniani, del loro amore nato in Italia nel 1960 e della loro dedizione alla lotta politica fino al sacrificio della vita. Rispetto al primo romanzo, è più evidente la relazione Italia-Iran (che è parte costitutiva della biografia dello scrittore) e, per molti versi, suona più decisiva quella lingua «di esilio» che è il tratto specifico della scrittura di Zarmandili: una lingua corretta, addirittura limpida e a volte elegantissima, che aderisce con straniata partecipazione alle vicende drammatiche attraverso un uso insistito, e tutt'affatto particolare, dell'indicativo presente.

Singolare il percorso dell'albanese Elvira Dones. Nel 2001 Feltrinelli pubblicò *Sole bruciato*, un romanzo molto duro, molto severo sulla prostituzione albanese. Dones, che aveva già allora un sicuro possesso dell'italiano, seguì le fasi più complesse della revisione della traduzione dall'albanese. Fu quella un'esperienza che successivamente finì con il convincerla a scrivere direttamente in italiano, sua lingua di adozione dopo la fuga dal paese d'origine (precedente l'esodo di massa degli anni novanta) e una lunghissima permanenza a Mendrisio nel Canton Ticino (dove viveva il marito).

È interessante che il passaggio sia avvenuto con un romanzo, *Vergine giurata* (2007), in cui l'autrice prende le mosse da una antica tradizione delle montagne del Nord dell'Albania che prevede la possibilità di farsi uomini per le giovani donne la cui famiglia non possa contare su una prole maschile. La «vergine giurata» assume allora il ruolo e i poteri del maschio di casa, fa lavori pesanti (pastorizia, per lo più) e gode dei privilegi appannaggio degli uomini. Tornare a essere donna è una scelta punita anche con la morte. Hana, la protagonista del romanzo di Dones, tradisce due volte: prima la sua femminilità, per diventare il maschio della famiglia e garantirne l'onore, poi il patto che le ha assicurato il privilegio della virilità istituzionale. Il fascino di questa storia è in realtà legato al passaggio dalla arcaicità di un mondo semitribale all'America

delle libertà apparenti, in cui è comunque una sofferta fatica trovare in sé la donna tradita e perduta. Ancora una volta, è nel segno dell'intercultura o del multiculturalismo che la particolare accezione di un possibile *broken Italian* apre spazi inattesi. Non è la storia arcaica (interessantissima dal punto di vista antropologico – alla quale peraltro Dones ha dedicato uno straordinario documentario realizzato per la tv svizzera), non è la storia arcaica a fare da perno in *Vergine giurata*, ma lo strappo dall'uno all'altro mondo (l'America), dentro un terzo mondo (quello linguistico italiano).

E lo strappo avviene anche a livello linguistico. Uno strappo sul quale ho interrogato sia Elvira Dones sia Ornella Vorpsi, egualmente albanese ma residente in Francia e autrice di *Il paese dove non si muore mai* e *La mano che non morde* (Einaudi, 2005 e 2007). Essendo entrambe le scrittrici «esposte» a una sollecitazione multilinguistica e avendo entrambe scelto l'italiano come lingua della scrittura, viene quasi naturale la curiosità di sapere se sia indifferente l'uso dell'una o dell'altra lingua (la lingua materna e la lingua, diciamo così, creativa).

Dones: «Dal momento che si è trattato d'un passaggio maturato nel tempo – e non improvviso, non forzato –, ormai mi trovo in pace con entrambe le lingue. Perché è vero che affinare l'italiano è per me un lavoro continuo, ma è altrettanto vero che io devo proteggere sia il mio italiano, sia il mio albanese, dal pericolo di contaminazione con le altre lingue che uso quotidianamente: l'inglese, soprattutto, ma anche lo spagnolo. In questo senso, vivendo ora negli Stati Uniti, nessuna delle mie due lingue principali è in una condizione privilegiata. Entrambe hanno bisogno di cura e protezione. È una situazione sicuramente anormale, non facile da tenere a bada, e per questo mi piace».

Vorpsi: «Non può essere indifferente l'uso dell'una o dell'altra lingua, per il fatto che si deve entrare nella dimensione della lingua che “scegli”, penetrare la sua atmosfera, ci si deve scavare dentro, si deve creare il proprio “nido”, o meglio sentire la possibilità di “utilizzarla”, conoscerla (intendo conoscerla visceralmente, organicamente, non intendo la conoscenza corretta, ortodossa, perfetta), nel senso di sentire come puoi vestirla. Quando cambio lingua – nel mio umile caso –, devo “direzionarmi” per vestire al-

tro, cosa che mi chiede tanta energia mentre sono divorata dai dubbi. Potrei vestirmi di questo abito? Non sempre può essere il caso. Sento che il francese per il momento mi stringe fin troppo la carne, me la rende livida».

L'esperienza di Maksim Cristan e del suo (*fanculo pensiero*) è ancora diversa. Somiglia ai memoriali che per molti versi hanno costituito la testa di ponte della letteratura migrante, ma in realtà muove verso altri esiti: un romanzo di deformazione e riformazione nel quale l'esperienza soggettiva del protagonista (un croato trentenne che abbandona i traffici di legname che lo hanno arricchito nel dopo comunismo e sceglie di fare il barbone e poi lo scrittore di strada nelle vie di una Milano berlusconiana, oscura e segreta) diventa bukowskianamente la calamita morale dell'accadere. Maksim sembra entrare progressivamente in possesso di un punto di vista sbilenco, sguincio, che fra humour, grottesco e squarci sentimentali si fa obiettivo puntato (senz'astio, senza moralismo) sul finto benessere italiano, o più in generale sulla finzione assoluta delle ruolizzazioni, dei comportamenti precostituiti.

Anche qui il multiculturalismo, non c'è dubbio, svolge una parte importante. Quanto più la lingua di Cristan assume sicurezza, e dunque più «diventa italiano», tanto più qualcosa si rompe, e in quel rompersi ci pare di cogliere il senso non tanto di un migrare, non tanto di un rinascere, bensì di una fitta trama di possibili relazioni tra identità altrimenti riconoscibili solo sulla nuda mappa della geografia sociale.

«I signori comprano. La scena continuò a ripetersi diverse sere. Incuriositi gli acquirenti mi chiedevano: "Non sei italiano. Di dove sei?". "Non ho ancora deciso" rispondevo io, e molti ridevano.» Così scrive Cristan in un episodio del racconto. Quella sapiente indecisione la dice lunga sulla fisionomia del *broken Italian*. Quando l'identità primaria sta scivolando in una identità nuova, lo stallo si rivela un'istanza di vitalità. È inevitabile restare sul confine che divide l'una dall'altra «condizione».

ALTE TIRATURE
Dio non comanda
e anche i padri
latitano

di Giovanna Rosa

In una stagione in cui i premi letterari implodono e le polemiche nascono confezionate ad arte per riempire le pagine Cultura di quotidiani o magazine, Come Dio Comanda di Ammaniti ha il merito di ricondurre la discussione alla questione cruciale: è un libro interessante, vale la pena di leggerlo? Sì: non solo per lo spaccato di civiltà che offre, ma per le scelte di montaggio, focalizzazione e progressione d'intreccio che rilanciano il gusto per l'ampia narrazione romanzesca, vincendo il confronto con i linguaggi mediatici.

«**P**erché così Dio comanda.»

Siamo ormai prossimi alla conclusione (p. 454) e il ritornello che riecheggia nella mente bacata di uno dei personaggi, a pseudoalibi per la balorda uccisione di una ragazzina, chiarisce il titolo, illuminandolo di luce paradossale. Non solo il motto proverbiale ha perso ogni significato in una società dissestata, in preda agli egoismi aggressivi, ma soprattutto non c'è alcun padre, né celeste né umano, che possa indirizzare i comportamenti del singolo, in un sistema condiviso di relazioni pubbliche.

Dopo *Io non ho paura*, Ammaniti recupera l'orditura a campata larga del romanzo per saggiarne, sullo sfondo livido della contemporaneità, la configurazione più canonica: in un «mondo abbandonato dagli dèi», tra i detriti e le macerie accumulate da un'umanità orfana e cieca, un protagonista ragazzo va alla «ricerca di senso». In questo inizio di millennio, il giovane eroe è un adolescente, abitante in una anonima periferia metropolitana, senza madre, affidato a un genitore sciupafemmine, ubriaccone, muscoloso e nazista alla Mel Gibson, che si accompagna ad altri due adulti sfi-gati e impotenti. L'adozione postavanguardistica delle ampie strutture narrative è sorretta dall'abilità talentuosa di chi, attraversata

la stagione della gioventù cannibale, sa maneggiare e mescolare, con disinvoltura spregiudicata, gli strumenti compositivi più adatti per interloquire con il pubblico vasto dei lettori.

Come Dio Comanda è un'opera molto costruita: è vero, lo hanno sottolineato tutti i critici; ma questo riconoscimento, lungi dall'essere un demerito, è l'indizio più sicuro della serietà di uno scrittore mosso dal desiderio di dar conto della civiltà confusa e caotica in cui viviamo, senza sudditanza né verso i confezionatori di bestseller, specie d'oltreoceano, né verso gli affabulatori dell'immaginario televisivo e digitale.

L'impegno costruttivo acquista limpida evidenza grazie alle epigrafi apposte alle tre macrosequenze entro cui si dipana la narrazione: alla prima, che evoca assilli biblici, «Perché le cose degli empi prosperano? Perché tutti i traditori sono tranquilli?» (*Geremia*, 12, 1-2), seguono due citazioni, una tratta da un capolavoro della narrativa per ragazzi (*Attraverso lo specchio* di Lewis Carroll), l'altra da una canzonetta di Bennato, *Quando sarai grande*. Il singolare accostamento non solo testimonia la commistione fra codici e registri dissonanti ma suggerisce la tipologia di genere entro cui il protagonista, in cammino verso l'insospitale universo degli adulti, compie la sua ricerca di senso.

Dopo un *Prologo*, vera e propria prova iniziatica contro il freddo e la paura, il racconto copre l'arco temporale di poco meno di una settimana, da venerdì a mercoledì: al centro, la notte di tre giorni in cui si scatenano le forze della natura e si decidono i destini dei personaggi. All'alba di lunedì, una zoomata sul ragazzo: «Il mondo cambiò e la sua esistenza divenne importante, degna di essere raccontata, quando vide la testa del pelato scomparire dentro l'autoambulanza» (p. 354). La vita degna di essere raccontata è appunto quella dell'adolescente Cristiano Zena, il pelato entrato in coma è suo padre, Rino Zena.

Come nel precedente libro, il rapporto fra genitore e figlio è il motore dell'intreccio: la brutalità paterna, visceralmente possessiva, compensa la latitanza della figura materna. Cristiano ha tredici anni, è ruvidamente sensibile, scontroso con tutti, massime con le compagne di scuola; educato con i precetti feroci della pedagogia sadica, s'attrezza a schivare le insidie e gli inganni che l'at-

tendono fuori della sudicia baracca in cui la famiglia Zena vive, o forse meglio sopravvive: senza conforto alcuno, sempre all'erta, si fida solo dei due amici del padre, adulti malcresciuti disastrosi e disastriati. Quattro Formaggi, ovvero l'Uomo delle Carogne, l'esecutore paranoico del comando divino, è un povero mentecatto, collezionista di pellicole porno e costruttore in gran segreto di un immenso Presepe; l'altro, Danilo Aprea, devastato dai sensi di colpa per la morte accidentale della figlioletta, architetta rapine spettacolari, destinate a fallire in modo tragico e farsesco.

La femminilità quanto più è figura d'assenza, tanto più diventa il *Leitmotiv* narrativo: le mogli e madri, incapaci di reggere il peso oppressivo di una virilità minacciosa e velleitaria, se ne sono andate lasciando un vuoto immedicabile; le ragazze appaiono da lontano splendenti oggetti del desiderio che la violenza incontrollata e stupida del maschio atterra senza pietà. È davanti al cadavere della giovinetta uccisa da Quattro Formaggi, obnubilato dalle visioni delle sue cassette hard, che Cristiano misura la forza del suo attaccamento al padre e nel contempo matura il senso di responsabilità verso il mondo adulto.

Il romanzo ha il suo elemento di forza in un montaggio serrato che tiene sempre il lettore in costante inquieta tensione.

Il sistema dei personaggi chiuso, quasi claustrofobico, pur nell'ampia architettura romanzesca, esalta l'essenzialità compatta del racconto: al centro la coppia di padre e figlio, affiancata dai due amici; le altre figure sono appena schizzate, ma quando entrano nel vortice della vicenda, confortano la *quête* di Cristiano: dall'assistente sociale Beppe Tresca, fragile e in ansia spasmodica d'amore (e anche in questo caso, Dio non comanda nulla, anzi), ai genitori altoborghesi della vittima Fabiana Ponticelli, che non sanno né possono proteggerla, fino ai bulletti del quartiere, griffati dalla testa ai piedi, frequentatori assidui del Centro commerciale. Anche l'apparizione di comparse fuggevoli è funzionale ai nodi della trama e avvalora l'orizzonte ideologico: siamo in macchina, in coda, i coniugi Baldi stanno litigando sulla mania compulsiva di lui per l'acquisto d'auto; lei incinta scende per sfogare l'ira e respirare aria fresca; le si para sotto gli occhi increduli il cadavere della ragazza.

La lunghezza variamente orchestrata dei capitoli (alcuni composti da una unica frase) asseconda la dinamica narrativa fra pause e accelerazioni improvvise, cadenzando i ritmi di lettura. La progressione d'intreccio è abilmente giocata sull'intersezione di scene d'interni, fittamente dialogate, e veloci sequenze esterne che paiono seguire, anzi tallonare i personaggi, prefigurando i loro possibili incontri e scontri. Esempio la parte centrale, *La notte*. Sullo sfondo di un diluvio torrenziale, il racconto intreccia, con effetto di sincronia stereoscopica, le numerose vicende parallele: i preparativi della rapina al bancomat ideata da Danilo, l'attesa scoccata fra fiumi di birra in casa Zena, l'eccitazione di Beppe Tresca per un incontro clandestino in camper, l'inseguimento da parte di Quattro Formaggi della giovane Ponticelli. Grazie al cambio repentino dei tempi narrativi (dal presente attualizzante all'iterazione degli imperfetti fino al perfetto di primo piano) e alla commistione dei registri stilistici (dal comico fantozziano dei propositi delinquenziali o seduttivi-erotici al pathos angoscioso del ritrovamento del cadavere di Fabiana) la trama si aggroviglia, si contrae e si distende senza mai perdere fluidità e leggibilità.

Le scelte linguistiche rafforzano la compattezza strutturale dell'opera. L'andamento prosastico, alieno sia dai manierismi liricheggianti, sia dalle pause digressive di tono sapienziale, privilegia una sintassi paratattica, franta e sincopata, a cui l'ordine tipografico della pagina dà evidenza icastica. Quando il dettato si fa più complesso, il flusso di frasi è orientato dalle catene anaforiche che, nella insistenza ostinata di immagini e parole chiave, sottolineano i nuclei semantici, corroborando l'effetto di realtà. La mescolanza dei codici espressivi punta a simulare, senza intenti mimetici, la varietà discorde della comunicazione quotidiana: mentre in lontananza rimbomba la colonna sonora del consumo culturale di massa, le cadenze medie e neutre del parlato incorporano gerghi, idioletti, voci convenzionali, stereotipi mediatici: dalle sceneggiature filmiche agli spot pubblicitari e televisivi, dai linguaggi fumettistici fino alle sigle scorciate degli sms. Estranea alla moda citazionista del postmoderno, la scrittura di Ammaniti si sforza di delineare lo sfondo credibile di una società metropolitana, colma di merci e di rifiuti, suoni e rumori, dove convivono la servitù del lavoro nero e lo stordimento del tempo libero, la prepotenza del benessere ottu-

so e l'oppressione della miseria avvilente. In questo orizzonte tardocapitalistico si muove un'umanità priva di fedi e ideali, ma soprattutto estranea a comuni valori condivisi. È un deficit di socialità coesa quello che *Come Dio Comanda* pone al centro della rappresentazione romanzesca.

Lo suggerisce, indirettamente, la tecnica di nominazione dei personaggi, protagonisti inclusi: ogni volta che appaiono in scena sono sempre appellati con nome e cognome, come a scuola o nelle cronache giudiziarie: segno d'appartenenza a una comunità chiusa e insieme indizio d'estraneità sociale e d'anomia burocratica. Adottato con pervicacia martellante, il procedimento sollecita soprattutto il lettore a seguire le vicende con coinvolgimento straniato: chi legge oscilla sgradevolmente fra moti di partecipazione sgradevole e riluttanza a ogni impossibile empatia complice.

È questa duplice inclinazione fruitiva a caratterizzare l'ultima prova di Ammaniti; forse il suo merito maggiore. Il narratore non cede all'indugio morboso sugli effettacci del pulp o dell'horror gratuito e neppure inclina ai facili sociologismi descrittivi del degrado metropolitano, a giustificazione probatoria di comportamenti deviati e aggressivi. Seppur dotato di un'onniscienza sovrana, capace di penetrare nei labirintici meandri psichici e nei viluppi del delirio ossessivo, non ostenta alcuna superiorità giudicante, in nome della quale condannare o assolvere.

Regge l'intera macchina romanzesca e il suo stringente patto narrativo una strategia espressiva facile ed efficace: rifiutate sia le tecniche tradizionali dell'introspezione analitica sia i moduli novecenteschi del discorso indiretto libero e del flusso di coscienza, l'autore si affida alla resa immediata ed evidente della scrittura, alternando caratteri tipografici diversi: tondo per la voce narrante, corsivo per i pensieri dei personaggi. L'io narrante quanto più raffigura la dialettica scambievole fra vittima e carnefice, sadismo e masochismo, fragilità e sopraffazione, tanto meno ne commenta l'implacabile legge di reversibilità: la scrittura, con gli scarti improvvisi e altrettanto rapidi cambi prospettici, frammischia voci e punti di vista, lasciando a chi legge il compito di decifrare la trama degli eventi e delle loro sotterranee implicazioni.

Nella sequenza centrale che descrive l'inseguimento di Fabiana da parte di Quattro Formaggi, il racconto, condotto con

rigorosa focalizzazione ristretta, esalta la personalità forte della ragazza, annebbiata sì dai troppi spinelli, eppur lucida e coraggiosa; e nel contempo registra, senza accanimento né compatimento, l'ansia di possesso incontenibile del persecutore mentecatto.

Non dissimile la tecnica combinatoria di piani narrativi che orchestra la conclusione, a sanzione definitiva che nessuna prospettiva metafisica può confortare l'umanità, sola nel lutto e nella ricerca di senso. La scena della cerimonia funebre nella chiesa affollata, in cui i diversi attori convergono, alterna le parole ispirate del sacerdote, i ripensamenti erotici di Beppe Tresca, le apprensioni e le certezze di Cristiano, intrecciandole con i vaneggiamenti dell'Uomo delle Carogne, che, davanti al suo immenso Presepe, si autopunisce impiccandosi.

Solo il lettore può sciogliere, forse, la ragione oscura del perché «così Dio comanda».

ALTE TIRATURE

Tre Magris al mese

di Alberto Cadioli

Oltre cinquecento pezzi firmati, per quindici anni di collaborazione all'insegna di una fedeltà biunivoca tra autore, testata, lettori: sono le cifre della presenza di Claudio Magris sulle pagine del «Corriere della Sera». Il consolidamento dell'immagine pubblica non sembra, nel suo caso, essersi disgiunto dalla fedeltà a un imperativo culturale sotteso alla domanda «quale ruolo può avere lo scrittore nel proprio tempo?» fino a «quale ruolo può conservare la letteratura?». Perché ancora oggi il compito assegnato all'intellettuale, nella declinazione di Magris, è quello di intervenire sul presente portando uno sguardo che nasce altrove: nello studio, nella frequentazione dei classici, nelle letture degli scrittori del Novecento.

Non c'è alcun dubbio sul fatto che Claudio Magris sia stato, negli ultimi anni, uno dei protagonisti della cultura italiana, ma la dimensione del suo impegno emerge con ancora più evidenza se si considerano alcune cifre, noiose, nella loro nuda enumerazione, ma significative. Interrogando l'archivio on line del «Corriere della Sera», si scopre che dal 3 gennaio 1992, data d'inizio della collaborazione al quotidiano, al 30 giugno 2007, la firma di Magris è comparsa 538 volte: una media di quasi tre articoli al mese. Nelle librerie (almeno quelle su Internet) sono offerti, alla stessa data del 30 giugno 2007, 24 libri dello scrittore, anche se alcuni di questi sono edizioni diverse degli stessi titoli.

Non interessa, qui, una lettura di questi dati in chiave sociologica o di politica editoriale. E non si tratta, nemmeno, va detto subito, di esprimere un qualsiasi giudizio, letterario o meno che sia. Quello che le cifre rivelano è una doppia fedeltà: quella di Magris al «Corriere» e quella del quotidiano – il che significa di un'ampia fascia di lettori (il «Corriere» conserva il primato di quotidiano nazionale più letto) – alla figura e alla prosa dello scrittore. Non sono soltanto i quindici anni di continua collaborazione che possono stupire, infatti, quanto la coerenza di Magris, che, scritto-

re, critico letterario, docente universitario di letteratura tedesca (prima a Torino e quindi a Trieste), non ha accondisceso, come è spesso avvenuto in casi analoghi, al linguaggio, allo stile, alle categorie richieste dalla conversazione sull'attualità (che invadono programmi televisivi e, in forme diverse, giornali e riviste).

Il primo articolo pubblicato da Magris sul «Corriere» si interrogava sulla presenza e sul ruolo dello scrittore in una società e in un contesto politico in trasformazione, soprattutto per la crisi delle grandi ideologie e delle grandi utopie novecentesche; significativamente la domanda che veniva posta già nel titolo era così formulata: «E adesso, povero scrittore, che fare?». I cambiamenti che nel 1992 sembravano ben definiti si sono ulteriormente approfonditi e, nel corso degli anni, hanno proposto uno scenario di volta in volta diverso, ma la domanda «quale ruolo può avere lo scrittore nel proprio tempo?» – cui si aggiunge anche: «quale ruolo può conservare la letteratura?» – si è più volte riproposta, come tema ricorrente, implicito o meno, degli interventi di Magris.

Si potrebbe dire che il ruolo assegnato all'intellettuale – quel ruolo che Magris stesso svolge attraverso i suoi articoli – sia quello di intervenire sul presente portando uno sguardo che nasce altrove: nello studio, nella frequentazione dei classici, nella cultura sedimentata nei secoli, nelle letture degli scrittori del Novecento, in particolare (ma non solo) di quelli della letteratura in lingua tedesca, anticipatori di inquietudini esistenziali e sociali che si sono pienamente manifestate con il passare dei decenni, fino ad arrivare all'oggi.

Le riflessioni di Magris prendono il via da molteplici occasioni. È, spesso, la rilettura di testi dei grandi autori del passato riproposti in una nuova edizione, è la celebrazione di un anniversario (ricordando i 50 anni dalla morte di Brecht, Magris sottolineava che anche oggi sarebbe necessario uno scrittore come lui, perché «Saprebbe raccontare il nostro smarrimento»); è l'uscita di un romanzo nuovo; è una mostra o uno spettacolo teatrale; può essere anche il confronto con altre discipline, come è avvenuto nel «dialogo» con il giurista Natalino Irti, per interrogarsi, attraverso il diritto e la sua legittimazione, sui valori dell'uomo.

In questa direzione Magris ha raccolto l'eredità di alcuni *maîtres-à-penser* e di intellettuali, per esempio Pier Paolo Pasolini,

che, fino almeno agli anni ottanta-novanta, intervenivano con autorità dalle colonne dei quotidiani: un'eredità che non sembra essere passata a molti, e che, negli ultimi anni, sembra essere quasi del tutto finita o dispersa in interventi occasionali o di breve durata.

La caratteristica della scrittura di Magris (ai cui interventi si può forse affiancare quelli, proposti ogni domenica, ma con fini diversi, da monsignor Gianfranco Ravasi sul «Sole 24 ORE») è forse quella di arricchire ogni articolo con richiami alla letteratura, alla filosofia, all'arte: non si legge, in questa scelta, un'esibizione di sapere, quanto la consapevolezza che, di fronte alla progressiva trasformazione della cultura in occasione di spettacolo e di chiacchiera diffusa – per cui docenti universitari e scrittori passano i pomeriggi a registrare talk show –, è necessario seguire un'altra via e far ricorso ad altre conoscenze.

Il consolidamento dell'immagine pubblica non sembra, dunque, avere posto Magris sul piano del commentatore politico o del giornalista: gli interventi muovono da un avvenimento dell'attualità culturale, spostando gradatamente l'attenzione sulle forme della vita sociale, sui comportamenti morali, sulla condotta politica.

Basti una citazione da uno dei più recenti articoli (19 giugno 2007), per dare un esempio. Attraverso una rilettura di *Guerra e pace*, in occasione della riduzione televisiva del romanzo (*Guerra e pace in tv: odissea banale o vera epica?*), dopo aver presentato la grandezza dell'opera e la capacità di Tolstoj di parlare della vita, Magris mette in guardia dalle facili interpretazioni: «in questi casi il rischio è quello di declassare una grande opera d'arte – pervasa sì di un senso d'armonia, ma profondamente consapevole di tutto lo scandaloso male presente nel vivere – a monumentale pastone retorico, falsamente consolatorio e positivo, in cui in fondo si vive felici e contenti e la vita continua. È questo, spesso, il gratificante polpettone di buoni sentimenti ammannito, in sapiente alternanza con altrettanto fasulle pseudoprovocazioni trasgressive, dall'industria culturale, romanzesca e televisiva. Tolstoj è il contrario di tutto questo».

Forse è questa la ragione per la quale Magris continua a intervenire da così lungo tempo: la chiacchiera logora chi parla, la riflessione culturale arricchisce chi la compie e chi la legge.

ALTE TIRATURE
Il fascismo
al tempo di 3MSc
di Paolo Giovannetti

In un'annata editoriale in cui l'«essere fascista» suscita letteraria (e cinematografica) simpatia, l'onda lunga del fenomeno Moccia chiede qualche supplemento di interpretazione. L'universo valoriale dei suoi libri, dietro l'apparenza di romanticismo innocuo, tratteggia l'immagine di un italiano medio, non necessariamente giovane, che fa un po' apprensione. Sullo sfondo, la provocazione mancata di un campione ufficiale della destra narrativa come Buttafuoco induce riflessioni intorno ai requisiti di un romanzo – quale che sia la sua ideologia – degno di questo nome.

Non credo che in proposito possano esserci troppi dubbi: il personaggio più riuscito (diciamo più memorabile, diciamo più simpatico) offerto dalla narrativa italiana degli ultimissimi tempi è il Rino Zena di *Come Dio Comanda*, il romanzo di Niccolò Ammaniti uscito alla fine del 2006 per Mondadori. Cioè, come molti sanno, uno skinhead ubriacone, invecchiato sì ma non certo pentito, capace ancora oggi di menare le mani con sadica efficacia e di trattare le donne (peraltro prelevate in locali detti alternativi, ovvero di sinistra) come materia prima sessuale usa-e-getta. Del resto, siamo di fronte a un paradossale buon padre; e la sua ideologia nazistoide è tanto ben naturalizzata, fatta carne e sangue di un'autentica relazione umana, da rendere pienamente accettabili – tra le molte distorsioni formative evocate – il revisionismo storiografico del figlio Cristiano, un ragazzo affettuoso e sensibile capace però di scrivere uno dei «temi» scolastici più politicamente scorretti, e certo esilaranti, della storia della letteratura italiana. Poniamo: «anche oggi ci vorrebbe un nuovo Hitler che cacci dall'Italia tutti i negri e gli ex tracomunitari [sic!] che rubano il lavoro e che aiuti i veri italiani a lavorare. I negri e gli ex tracomunitari stanno costruendo in Italia una mafia: peggio di quella degli ebrei

durante la seconda guerra mondiale». Se poi dall'edificante famigliola Zena passiamo al triangolo parentalmente perverso che nel film *Mio fratello è figlio unico* di Daniele Luchetti si intreccia fra un padre elettivo fascistissimo (interpretato dal «naturalmente» mussoliniano Luca Zingaretti), una «madre» incestuosa recitata da Anna Bonaiuto e il giovane Accio (l'attore è Elio Germano), scopriamo un altro universo di personaggi godibilissimi. Del resto, la «scelta» missina del giovane protagonista conquista tutta la nostra simpatia, in positivo, grazie alla sincerità della ribellione di Accio, a quel tanto di giusto odio verso la famiglia «vera» e di spessore culturale faticosamente e orgogliosamente perseguito (la voglia di studiare e di capire). E poi, in negativo, quella scelta trae vigore dalla sostanziale noia e ridicolaggine e infine goffaggine – siamo alle solite: il cinema italiano non sa raccontare il terrorismo brigatista! – che accompagnano le vicende del fratello Manrico (esatto, è quello interpretato dall'insopportabile Riccardo Scamarcio): che è bello e comunista e all'inizio fa anche il bravo operaio, ma appare sempre falso.

Certo. E varrebbe la pena adesso discutere un po' del fatto che il cattivissimo Ammaniti ottiene i suoi effetti di senso in modo con ogni evidenza voluto, mentre il buonista Luchetti si invischia in un gioco che non controlla e che, in fondo, lo porta all'autogol. Ma non la finiremmo più, e poi bisognerebbero fare troppi excursus storici indietro di un secolo e più, alla ricerca delle parentele che accomunano molte rivolte novecentesche di opposto colore politico. Bisognerebbe, dico, fare ragionamenti troppo sottilmente dialettici rispetto al senso comune oggi diffuso (ahimè anche in campo storiografico, nonché politico): secondo il quale se tu hai fatto il fascista da giovane, resti colpevole per tutta la vita, anche perché nel 2000 si è veri democratici solo se si rinnega ogni forma di violenza passata, presente e futura, e se si riscrive una storia politicamente corretta a colpi di pacifismi e irenismi retrospettivi.

Tanto più che una tale raffinatezza culturale è del tutto sproporzionata rispetto alla caratterizzazione critica del campione narrativo che è sceso quasi ufficialmente in lizza a rappresentare la cultura di destra, e per il quale molte anime belle – anche a sinistra – palpitano da un paio d'anni a questa parte: vale a dire *Le uova del drago* di Pietrangelo Buttafuoco (Mondadori, fine del 2005). E il

rilievo si impone se non altro perché in questo romanzo incontriamo il personaggio – in fondo dispiace che sia una donna – viceversa più inutile e degno di oblio di tutta la narrativa italiana recente. Dico della Giovanna d'Arco tedesca Eughenia Lenbach, la spia guerriera nazistissima, paracadutata nel luglio 1943 sulla Sicilia invasa dagli alleati per organizzare, con l'aiuto di un aiutante sacerdote cattolico e di undici guerrieri musulmani, la «resistenza» al nemico. Le azioni dell'eccitante e tuttavia frigida eroina finiscono per risultare noiose, ripetitive, prive di ogni interesse narrativo, a dispetto del contenuto grezzo della storia raccontata, di per sé promettente: ammazzamenti a palate, perversioni etniche, religiose e sessuali, la tesi di un complotto magari un po' greve ma saporito, in cui «comunisti, chiesa, carabinieri e mafia» cospirano contro la legittima (!) autorità; né mancano Majorana e la progettazione della bomba atomica... L'idea era appunto quella di ribaltare provocatoriamente il senso comune storiografico, per lasciare che ne scaturisse qualche effetto espressivo inatteso. Ma a ben vedere non succede nulla. L'eroina Eughenia è immobilizzata dal tentativo mal riuscito di riprodurre la statuaria fascista anni trenta, o le fattezze di un'atleta-amazzone di Leni Riefenstahl. A Buttafuoco mancano del tutto le doti dell'epica (anche di quella ingenuamente «pupara», peraltro esplicitamente evocata), e le sue risorse narrative oscillano tra un'attrezzatura di impianto salgariano (chessò: «infuria la battaglia», «spettacolare femmina», «furie inglesi», «commovente fedeltà», «ceffo temibile», «sangue freddo da cobra», fino alla perla di un «formidabile oculista» infine sposato dalla nazista in disarmo) e le iperboli di grana grossa fornite dallo stile brillante giornalistico (particolarmente stucchevoli le ripetizioni enfatiche dette anadiplosi: «[...] proverbiale e inestirpabile indigenza. / Indigenza che [...]»). Su tutto trionfa un metaforizzare sfocato, spesso ridondante, insieme al vezzo, di antico retaggio ermetico, di omettere gli articoli (talvolta con il tipico quasimodismo gazzettiero: «ed era voce rauca di vecchio»; ma vedi anche «facendosi rumorosa lepre», e persino nell'apposizione del tutto gratuita «stanza numero 18, tempio di immacolato silenzio»). Di modo che il malcapitato lettore, il quale anche pochissimo sappia di letteratura, non può non inorridire di fronte ad altre perle stilistiche del seguente tenore, veri capolavori di supponenza e insie-

me di approssimazione: «La provvisorietà di quelle giornate sotto il codice militare era infatti un'irripetibile opportunità di coniugare forme di libertà negate in condizioni normali, per sprigionare l'essenza anarchica in una voglia di vivere che qualsiasi volano di pur ristretta comitiva riusciva a riempire di divertimento e d'avventura» (dove si cerca di dire che Eughenia e un altro personaggio femminile godono di una certa libertà di comportamento nei giorni convulsi della guerra).

Insomma, Buttafuoco (e verrebbe da dire che lì sta il suo vero fascismo) cerca di imbrogliare il lettore, trascurando le norme più elementari della tecnica narrativa. Una qualche consuetudine con le vecchie polemiche comunistoidi intorno al realismo socialista (al rapporto fra descrizione e narrazione, al nesso tra personaggio positivo e storia ecc.) gli avrebbe forse permesso di sostenere meglio i suoi martiri dell'Ida, capaci solo di farci sbadigliare e di confermarci nell'opinione (lo aveva capito Brecht settant'anni fa) che nefandezze e uccisioni in serie producono indifferenza. Odiò, da avversario politico del Buttafuoco reale, personalmente gongolo, perché la sua incapacità rappresentativa finisce per danneggiare ulteriormente la tesi storiografica esposta. Sì, perché il revisionismo provocatoriamente strombazzato è di impianto vecchiotto: e il nucleo del discorso storico, circa la fine della guerra in Sicilia e circa il «tradimento» da parte della «nostra» marina militare, è già ben presente negli scritti anni sessanta di Pietro Caporilli e cioè appartiene all'armamentario tradizionale della cultura neofascista.

L'unico scandalo delle *Uova del drago* consiste allora nel fatto che un intelligente editor come Antonio Franchini ci abbia creduto, e che un numero non indifferente di recensori vi abbia visto un capolavoro, composto – si è persino osato dire – con una «lingua sontuosa». Crisi della critica, appunto, scarsa serietà dei lettori professionali: e il dubbio che le prime 50-60 pagine scritte stranamente meglio, molto meglio, delle successive 200 e più abbiano qualcosa a che fare con questi pareri (anche con quelli editoriali?) mi sembra plausibile.

E poi lo spuntatissimo e attardatissimo Buttafuoco ci distoglie dal vero eroe letterario della vera destra italiana; quella che fa più paura. Riflettiamo intanto sul «mondo possibile» che le sue

opere restituiscono. Dico di una realtà seconda in cui i giovani maschi sono preoccupati innanzi tutto di avere muscoli perfettamente scolpiti e le giovani femmine sono in grado di fare qualsiasi cosa per uscir di casa esibendo un abito firmato (i consigli dell'autore-narratore in questo senso si configurano peraltro come una mezza istigazione a delinquere); quelli appaiono tanto più eroici e vincenti quanto più mettono i propri bicipiti al servizio della violenza immediata, privata, cioè quanto più sanno farsi giustizia da soli; queste invece saranno davvero se stesse quando si sottometteranno al proprio uomo, assecondandone la superiore forza e autorità. E comunque i valori cui le giovani sono tenute a conformarsi sono quelli che le madri hanno sempre conosciuto: sopportazione, passività, comprensione per le inevitabili mattane del marito (che a casa «prima o poi torna sempre»). Viceversa, se è la donna sposata a concedersi l'avventura, le accade quanto capitava all'eroina ottocentesca che perdeva la verginità troppo presto: piangeremo tanto, tantissimo pensando alla sua sventura, ma insomma la società dovrà eliminare la trasgressione, farla scomparire, e la morte dell'infelice (della mezza puttana, dico) suggellerà e sancirà necessariamente la sua esistenza sbagliata. Gli è che in questo universo peculiare le fanciulle devono stare molto attente a usare nel modo giusto la propria verginità, che infatti è un valore sostanziale: e chi se ne sbarazza incautamente con l'uomo sbagliato (magari in discoteca, sotto effetto di droghe) non può che essere castigata con una gravidanza indesiderata, che è tanto più punitiva perché in questo mondo l'aborto è, in tutti i sensi, un crimine. Va da sé che qui non si leggono libri, e che le ragazze vorrebbero tutte andare in televisione per fare le Letterine; salvo però scoprire che nella realtà catodica alberga il male assoluto, fatto di trucidi vecchiacchi assatanati i quali cercano tuttodi di violentarle. E così via. Persino chi scrive per *Tirature*, e persino io, facciamo parte dell'universo diegetico in oggetto: «Distratti e annoiati», una coppia di lettori del quotidiano «il manifesto» (contro il quale l'eroe della storia ha comprensibili pregiudizi) costituisce la perfetta – allegorica – antitesi all'universo spensierato in cui i giovani sono liberi di perseguire la loro felicità.

Step, Babi, Pollo, Gin, la traviata mamma di Step e il resto dell'universo diegetico di *Tre metri sopra il cielo* (2005) di Federico

Moccia e del successivo *Ho voglia di te* (2006) ci parlano appunto di tutto ciò. E dovrebbero costringerci a una difficile riflessione intorno alla «destra profonda» che attraversa la società italiana e che la formula narrativamente vincente di queste opere è riuscita, se non a occultare, certo a rendere più complessa e problematica. Mimetismi visivi e auditivi (cambi di voce, dialoghi, monologhi, canzoni), montaggi cinematografici e televisivi, situazioni perfettamente *glocal*, pasoliniane quanto basta per parlare a tutti: il prodotto letterario di Moccia, in particolare il dittico (ma mi sembra che il successivo – *Scusa ma ti chiamo amore*, 2007 – non abbia costituito una svolta), è arrivato al successo utilizzando tecniche rozze ma efficaci, capaci di dare piena coerenza a un plot in sé agghiacciante, infarcito di tutto ciò che un «sincero democratico» dovrebbe respingere. Ultimo dettaglio ma non minore, che è il caso ricordare (e mi meraviglio che la cosa sia stata trascurata): in un punto narrativamente non secondario di *Tre metri sopra il cielo*, l'universo valoriale del romanzo ritiene del tutto plausibile che una promozione a scuola possa essere comprata. Nessun segnale dall'interno dell'opera obietta alcunché a questo che probabilmente è il cardine di ogni fascismo scolastico: la superiorità di classe che si istituzionalizza in privilegio.

È vero, certo: il residuo ideologico che pare sedimentarsi nei comportamenti giovanili all'era di 3MsC è quello di un romanticismo abbastanza innocuo (la fedeltà proclamata, urlata, iperbolicizzata dalla pratica del lucchetto); e sarebbe ridicolo se qualcuno definisse diseducativa l'opera di Moccia. Semmai è vero il contrario: lo sguardo (per nulla giovanile: molto viceversa adulto, lamentoso, laido e risentito) che osserva la nostra realtà dall'interno di questo eterocosmo ci insegna molto su quello che qui e ora, in Italia, siamo diventati, sul normale fascista che non vive solo nei pugni di un ragazzotto ignorante e prepotente o nelle sue romantiche fuori tempo massimo. Gli opposti dell'odio e dell'amore come assoluti immotivati, principi che regolano le relazioni affettive e sociali senza altro fondamento che non sia il piacere del soggetto; l'alternativa fra l'inclusione perfetta nella «piccola patria» (la Roma di Moccia è, a ben vedere, unicamente *Heimat*) e l'espulsione dell'altro, di chi non sa divertirsi con e come noi, del vecchio, del debole, del povero, e magari dell'insegnante (colpevoli solo di

essere vecchi deboli poveri, e di fare un mestiere sottopagato): questa brutta alternativa, secca e violenta, cinica, ormai priva del pathos ancora romantico che il «superuomo di massa» manteneva in vita, dice molto di noi. Davvero, leggere Moccia è utile e raccomandabile, altamente istruttivo: non soltanto per la/il quindicenne o per il sociologo della letteratura. Ci si attrezzino dunque di un po' di odio storicamente fondato («Io li odio, i nazisti dell'Illinois», sillogizzava quel tale, prima di agire), e molto si imparerà.

ALTE TIRATURE
Il senso delle donne
per la guerra

di Chiara Richelmi

Abbiamo in mente la loro figura nei collegamenti via satellite con i telegiornali della sera: Lilli Gruber, Monica Maggioni, Giuliana Sgrena, Tiziana Ferrario. Ce le ricordiamo con il velo islamico o in mimetica, su sfondi di sabbia, eserciti, carri armati, minareti; e così le ritroviamo sulle copertine dei volumi che affollano il reparto non fiction delle librerie. Ma nel passaggio dalla diretta televisiva alla cronaca narrativizzata sulla pagina, le inviate di guerra del terzo millennio cambiano pelle e ruolo: forzano la popolarità mediatica in consapevolezza autoriale, e cedono alla tentazione della metamorfosi da giornalista a scrittore. Nel nome di Oriana.

Esiste una prima linea della scrittura in cui le quote rosa sembrano essersi imposte da sé.

E se è probabilmente una banalità sostenere che, se sono gli uomini a fare le guerre, sempre più spesso tocca alle donne raccontarle, resta però il dato di fatto che, mentre i bestseller della saggistica italiana d'attualità a firma maschile (Stella, Saviano, Travaglio...) si concentrano sui vizi e problemi nazionali, il racconto dei conflitti mondiali più recenti – quelli dello «scontro di civiltà» post 9/11, quelli della Cnn – è pressoché completamente affidato a penne femminili.

Nel corso dell'ultimo triennio sono stati pubblicati *I miei giorni a Baghdad*, di Lilli Gruber (2003); *Dentro la guerra*, di Monica Maggioni (2005); *Fuoco amico*, di Giuliana Sgrena (2005); *Il vento di Kabul. Cronache afghane*, di Tiziana Ferrario (2006).

Quasi sempre l'autrice è una giornalista televisiva tra le più note (tre conduttrici del Tg1 serale) prestata all'editoria libraria. Quasi sempre è ritratta nell'immagine di copertina: con il velo islamico o in mimetica, su sfondi di sabbia-eserciti-carri armati-minareti, ad avvalorare il ruolo del narratore testimone ed evocare immediatamente chi e dove. Quasi un sottogenere, o un format.

Certamente donne inviate di guerra ci sono state anche in passato (e sono dell'autunno 2007 le inaugurazioni di due mostre dedicate alla fotografa Lee Miller a Londra e a Oriana Fallaci a Milano), ma ora presidiano stabilmente il settore e – potenza dei collegamenti via satellite – sono molto più «visibili». La ricaduta editoriale testimonia questa avanzata: si tratta di libri che escono per importanti marchi editoriali, arrivano sui banchi della grande distribuzione, passano nei tascabili (e quindi, in qualche modo, hanno successo e fanno catalogo). Più che un fenomeno, ormai, un sistema.

Perché il pubblico dei lettori ha premiato queste opere? Da una parte c'è senz'altro la volontà di conoscere ed essere informati su una situazione che, passata l'urgenza della cronaca, non è più la notizia di apertura del telegiornale ma comunque richiama alla consapevolezza, alla volontà di capire, di informarsi (situazione questa coerente con l'avanzata della saggistica d'attualità, quella che più facilmente va in classifica). Al bisogno di *docere delectando* il libro-resoconto risponde in maniera più strutturata e insieme più fruibile della somma di articoli su un quotidiano: anche perché lascia meno sottintesi, e concede più tempo. Inoltre, va detto che si tratta di opere di buon intrattenimento e piacevole lettura (pur nella drammaticità delle situazioni descritte): la scrittura è scorrevole, la leggibilità buona (anche perché spesso dietro c'è un significativo lavoro di editing; qualche volta, nei ringraziamenti viene anche dichiarato).

È però indubbio che la popolarità mediatica delle autrici giochi la sua parte: il dato di fatto (le reporter italiane sui fronti di guerra – almeno quelle televisive – sono non soltanto più numerose, ma più riconoscibili dei colleghi maschi, qualsiasi telegiornale può testimoniarlo) si traduce in strategia editoriale: un autore già famoso presso il grande pubblico – anche non come autore librario, anche e forse di più se esordiente – è ingrediente importante del mix che spiega un successo. Progressivamente prende poi corpo lo sfruttamento dell'onda lunga del fenomeno: siccome l'editoria tiene le posizioni, se l'equazione giornalista «volto noto»-resoconto narrativizzato funziona, è comprensibile che gli editori la declinino in tutte le *nuances* del caso.

Ma si può sostenere che esista uno specifico femminile, in queste narrazioni? Piuttosto, sembra di poter dire che funzioni più l'autore-personaggio del *gender*. Il «senso delle donne per la guerra» emerge tra le pagine, soprattutto quando alla cronaca dello scontro si accosta la restituzione di un mondo «altro» e per certi versi ostile – o percepito come tale, soprattutto in questi casi che raccontano di conflitti nei paesi islamici – proprio nei confronti del sesso femminile. (Anche se non manca un paradossale pregiudizio positivo: Christiane Amanpour, in un'intervista al «Guardian» ripresa dalla stampa italiana, ammette che il lavoro di inviato svolto da una donna «è la stessa cosa, eppure è diversa», riferendosi all'aggressività trattenuta che generalmente gli uomini dimostrano nei riguardi delle giornaliste. Come se, in un contesto in cui le differenze di genere si fanno con evidenza più marcate – che si tratti di avere a che fare con un battaglione di marines o un funzionario ministeriale iracheno – un minimo di ancestrale cortesia tendesse a emergere. E anche Monica Maggioni si sentirà dire uno straniante «Credo che per un uomo sia più duro fare il tuo lavoro».)

È a Lilli Gruber che tocca il ruolo di apripista – e del resto non poteva essere altrimenti, considerando che le note biografiche in quarta di copertina chiosano implacabili «prima donna a condurre un telegiornale di prima serata» –, con *I miei giorni a Baghdad* (Rizzoli, 2003; n.e. accresciuta «Bur», 2005). Come suggerisce il possessivo nel titolo, il suo non è soltanto il racconto della guerra ma è anche – e una parte non indifferente dell'interesse del libro sta in questo – il racconto di come si racconta la guerra. La restituzione degli eventi, seppure scandita con progressione cronologica lineare, è spesso interrotta dalle riflessioni della narratrice-testimone che, con un particolare icastico anche extravagante (l'ultimo caffè a Roma, il minareto sullo sfondo della diretta televisiva, la mezza pastiglia di sonnifero che la costringerà a lavorare intontita proprio nella notte dello scoppio del conflitto) o una considerazione più personale, stempera la cronaca nel diario: diario degli incontri, dei sentimenti, dei giudizi. L'autrice ne dà conto nell'introduzione in cui giustifica la propria scelta di scrittura libraria «ex post»: a muoverla, il desiderio di superare l'im-

perativo dell'inviato che «deve scomparire dietro la realtà che racconta. È solo un portavoce – il più onesto possibile – della storia che si compone sotto i suoi occhi» per «andare oltre i fatti e avventurarmi nel campo più elaborato dei giudizi... costruire un itinerario». Quasi una dichiarazione di poetica da narratore onnisciente. Testimone oculare della prima guerra del terzo millennio, ma pur sempre narratore onnisciente.

Siamo allo snodo cruciale. L'approdo al libro, come livello ulteriore della somma di articoli, come prodotto di riflessione dopo le urgenze della diretta, ha un suo *pendant* dalla parte di chi scrive. L'autorialità cronistica di questo genere, che non è narrativa, né saggistica, ma meglio si qualifica con l'espressione «non fiction», si declina nel ricorso a un narratore – di più: in una narrazione classica con narratore onnisciente –, il che testimonia un'avvenuta presa di coscienza autoriale. Il passaggio da giornalista a scrittore, o almeno a giornalista-scrittore. L'acquisita consapevolezza non si smentisce, anzi si rafforza in maniera coerente nei libri successivi: dalla cronaca-reportage si passa all'inchiesta-reportage (*L'altro Islam*, 2004; *Chador*, 2005; *America anno zero*, 2006), alla raccolta di testimonianze (*Figlie dell'Islam*, 2007): a validarli è sempre l'autorevolezza della firma, avvalorata da una stagionalità ferrea: una nuova uscita ogni anno, e successivo passaggio in «Bur» (magari con il bollino «Best Seller Rizzoli» in bella vista sulla copertina), debitamente arricchito da un aggiornamento o nuovo contributo tra cui va notata, nell'ottobre 2005, l'intervista a Giuliana Sgrena all'indomani del rilascio.

Punta decisamente sulla narrazione in presa diretta, e soprattutto sull'originalità del punto di vista, Monica Maggioni con *Dentro la guerra* (Longanesi, 2005), non a caso tascabilizzato in Tea nella serie «Esperienze». La sua è la cronaca di una giornalista *embedded* con l'esercito Usa in Iraq: una scelta potenzialmente molto criticabile, che viene però subito virata su un altro genere: il diario *day by day*, con la restituzione della quotidianità dei soldati americani. È questo l'unico libro che presenta una sottolineatura editoriale della muliebrità dell'autore fin dalla quarta di copertina, su cui si legge che quello dentro la guerra «è il punto di vista di una donna in un mondo tenacemente maschile». E siccome la

giornalista è obbligata a condividere la situazione che descrive, tra tute a prova di guerra chimica e tempeste di sabbia, pagina dopo pagina si dipana addirittura una sorta di Bildungsroman. Si tratta del testo più narrativizzato e godibile: documentato ma mai pedante, scandito da dialoghi particolarmente efficaci e con un buon ritmo. (Quasi a correggere il tiro, è del novembre 2006 *La fine della verità. Iraq, guerra al terrore, scontro di civiltà: cronaca di una mistificazione.*)

Protagonista in prima linea, ed è la linea del tragico fuoco amico che dà il titolo al volume, è anche Giuliana Sgrena. La giornalista del «manifesto», vittima di un rapimento il cui ritorno mediatico è riuscito a scombinare le statistiche – si deve alla copertura stampa del suo caso se, in una recente indagine presentata dalla Fondazione Bellisario Lombardia che ha censito le attività associate alle donne su quattro grandi quotidiani, non compaiono solo termini come attrice, stilista, insegnante, casalinga, soubrette e modella, ma anche «giornalista» –, ha dalla sua un'esperienza senza confronti, anche sul piano emotivo, ma non tradisce la cifra saggistica della «Serie Bianca Feltrinelli» e dei suoi precedenti libri per manifestolibri. Rapimento, certo, ma anche Tempo, Vita-morte, Guerra, Resistenza, Religione, Donne, Libanizzazione, L'incidente, Italia: sono i sostantivi forti che scandiscono i capitoli in cui si raccontano le fasi del sequestro, della prigionia – fino al rilascio e all'uccisione di Nicola Calipari –, alternandole però alla descrizione della situazione irachena: una documentazione serrata che si intreccia alla testimonianza sotto il comune denominatore della denuncia civile. Non c'è nessun indugio compiacente né morboso reducismo e anche l'immagine di copertina, a piena pagina, è pudicamente sfumata e quasi coperta dal lettering. (Se si vuole, per conoscere i dettagli del sequestro è più mirata la già citata intervista inserita in *L'altro Islam* della Gruber, intitolata in maniera un po' infelice *La paura di morire sgozzata.*)

Ha un taglio saggistico che a tratti sfiora l'enciclopedico anche *Il vento di Kabul. Cronache afgane*, di Tiziana Ferrario (Baldini Castoldi Dalai, 2006; Tascabili Baldini Castoldi Dalai, 2007). Le cronache del sottotitolo si frastagliano in una serie di capitoli che

raccontano l'Afghanistan del dopo talebani e della corsa alla costruzione della democrazia. Cinque anni di inchieste e servizi da inviata del Tg1, ma anche di incontri con le popolazioni locali, i governanti, gli uomini del contingente alleato e delle organizzazioni non governative. Quasi una guida, o un manuale di storia recente, provvista di note, rimandi a fonti, dati, statistiche, cronologie, cartine... ma anche citazioni letterarie, digressioni sull'origine del nome Kabul, stralci dal prontuario di comportamento fornito dal Pentagono. Unico caso della nostra selezione, la giornalista conduttrice del Tg1 non viene ritratta in copertina, però non rinuncia a un inserto fotografico fuoritesto in cui raccogliere alcuni dei suoi scatti.

«Io sono uno scrittore rubato dal giornalismo» diceva di sé Oriana Fallaci. Anche nel suo caso, l'esordio letterario (*Niente e così sia*, 1969) era stato con un reportage dal fronte che la immortalava, sulla copertina della prima edizione Rizzoli, giovane e bellissima inviata di guerra con mocassini ai piedi e capelli raccolti in due trecce. Da lì in poi, la firma autoriale ha prevalso sul narrato, e interviste, romanzi, denunce e invettive si sono succeduti senza soluzione di continuità, all'insegna di un macrogenere «giornalismo letterario», accomunati sempre dall'inconfondibile accento della voce narrante. Ne è nata anche una sottocollana dedicata: «Opere di Oriana Fallaci» – riconoscimento non così diffuso, in vita.

La «deriva Oriana» può essere una mira, o un rischio.

ALTE TIRATURE
Il «Ferrante novel»
di Maria Serena Palieri

Libri di donne, su donne, per lo più letti da donne: un mix di stile, contenuti, strategia promozionale che data agli anni settanta. Un format che nei nostri anni ha un nome (de plume). Scrittura in prima persona, voce di donna che scandaglia un privato che diventa pubblico, nei suoi recessi melmosi, con pena, ma senza scandalo. Da L'amore molesto a I giorni dell'abbandono e La figlia oscura, la scrittura corre sapiente a disegnare i tratti più foschi del regno delle Madri. Con Elena Ferrante, con la sua misteriosa identità che alimenta il mito eppure permette a ciascuna lettrice di rispecchiarsi, è come se «il femminile» troneggiasse in uno spazio – non più separato – dell'industria editoriale italiana.

«**L**e «Rose»? Un disastro durato quasi venticinque anni: un gran lavoro, ma non si vendevano. Ci sono servite a scoprire alcune narratrici. Ma con le *Rose del Belgio* uscite nel 2006, abbiamo chiuso». Capita di rado che un editore si esprima – su una propria impresa – con tanta franchezza. Lo fa Sandra Ozzola, la faccia femminile di e/o, archiviando così la collana che, per cinque lustri, ha portato in libreria le antologie di racconti di narratrici di paesi esotici o a margine, come Arabia e Cina. Ma anche – paradosso editoriale – del supereuropeo Belgio, «esotico» perché considerato in linea di massima poco appetibile dalla nostra industria del libro.

Il de profundis per le «Rose» di e/o ci serve a tratteggiare lo scenario in cui si staglia un fenomeno che con quella stessa cultura maturata dalla fine degli anni settanta – libri «di» donne, «su» donne, per lo più letti «da» donne – ha a che fare: il fenomeno, concretizzatosi negli ultimi anni, del «Ferrante novel». Ovvero quel mix di stile, contenuti, strategia promozionale, che caratterizza la produzione della misteriosa Elena Ferrante, e che – a nostro parere – è venuto fondando un vero e proprio, femminilissimo, genere. Guarda caso, nato proprio nella stessa e/o.

Ma, prima di addentrarci dentro questo frutto estremo di una stagione – il «Ferrante novel» – osserviamo ancora lo scenario nel suo complesso. Chiediamoci cioè se, oltre le «Rose», sia sfiorita nel suo complesso la produzione a esse analoga. Se il «marchio donna», così come impiegato tradizionalmente dagli anni settanta, venga ancora utilizzato dagli editori o se esso sia ormai fuori uso.

Con intelligente eleganza, ma senza più intenzioni battagliere, lo utilizza la storica Tartaruga di Laura Lepetit, diventata costola di Baldini Castoldi Dalai. Risulta, poi, una risorsa usata ormai per automatismo in alcuni consessi: alla Fiera del Libro 2007 almeno un paio di appuntamenti portavano questa insegna. All'etichetta facile ricorrono, poi, editori che vogliono fabbricare un'antologia di racconti, come la Robin che nel 2007 inzeppa Machado e Triolet in *Autori che parlano di donne*. O che, magari in linea con le «Rose» di e/o, ideano un'antologia «geonarrativa», come – sempre nel 2007 – Le Lettere con le «voci femminili dal Canada» di *Donne in viaggio*.

Il «marchio donna» (come l'8 marzo...) ha perso in motivazione e acquistato in genericità, insomma.

Siccome, però, nel pianeta convivono tutti gli stadi della civiltà, è nello stesso 2007 che è arrivata nelle nostre librerie, dal Sudafrica, una raccolta dal sapore, per noi, di altri tempi: la *Guguletu blues* curata da Sindiwe Magona (Gorée) e composta di storie brevi scritte da donne nere della *township* chiamata, appunto, Guguletu. In questo caso il marchio «donna» ha ancora una fondata ragione di esistere, perché la scrittura, come Sindiwe Magona l'insegna alle sue compagne dello slum, è stata ed è, per le autrici, uno strumento specifico di emancipazione (e di libertà) dalla doppia, tripla oppressione: già vittime dell'apartheid, proletarie o *lumpen*, per lo più madri sole in guerra per salvare i propri figli...

Ma, appunto, eccoci nel nostro emisfero, nel nostro paese, e nei nostri anni: noi, quanto a novità, siamo invece nell'epoca del «Ferrante novel». Che cosa indichiamo con questa etichetta? La «presenza» che questa enigmatica scrittrice è andata costruendo, nel nostro mercato, in questi anni.

Elena Ferrante, con questo *nom de plume*, si è materializzata in sordina nel 1992 con *L'amore molesto*. È diventata autrice di culto dopo che Mario Martone, nel 1995, ha tratto un bellissimo

film omonimo dal suo bel romanzo. Ed è diventata autrice da best-seller con *I giorni dell'abbandono*, il secondo romanzo, uscito nel 2002. Il salto al bestseller era nell'aria: in questo caso, infatti, subito, a libro appena uscito, un altro regista, Roberto Faenza (abituale cacciatore di diritti), ne rilevò l'opzione e ne realizzò la versione cinematografica, uscita poi nel 2005. Fatto significativo – e non scontato – con lo stesso titolo (sfruttando, cioè, la scia del successo ottenuto dal romanzo in libreria). Nel 2007 esce *La figlia oscura*. Come si sa gli editori non svelano volentieri le cifre reali di vendita dei propri titoli: da e/o, a domanda, ci rispondono in modo indiretto: «*La figlia oscura* ha venduto quanto *I giorni dell'abbandono* prima che diventasse un film».

Fin qui abbiamo descritto il modo in cui Elena Ferrante si è ricavata nel nostro mercato uno spazio da autrice da grandi vendite. Ma perché parliamo di «Ferrante novel»? Perché il caso non si riduce ai singoli romanzi che l'autrice scrive. E coincide, invece, con il loro accumularsi: Elena Ferrante, ormai, è in sé un marchio. È un «brand» dal quale il lettore, o meglio la lettrice, sa cosa aspettarsi.

Scrittura in prima persona, voce di donna, che scandaglia un privato che diventa pubblico, nei suoi recessi melmosi, con pena, ma senza scandalo. Sia se, come nel primo, *L'amore molesto*, la figlia scopre di odiare-amare la madre, sia se, come nel secondo, *I giorni dell'abbandono*, la moglie tradita tracima in un sesso cupo, sia se, come nel terzo, *La figlia oscura*, la madre prova più trasporto per una bambola che per le proprie creature.

Questi gli stilemi che Ferrante ripete. Con una penna che corre sapiente. Perché la «misteriosa scrittrice» sa scrivere, eccome: non lesina invenzione linguistica, ricorre a metafore fosche e originali. Col tempo, però, si è fatta consapevole di ciò che è andata costruendo: non singoli romanzi, ma una mitica entità narrante.

Tant'è che nel romanzo del 2007 si autocita: la sua Leda, nella *Figlia oscura*, parla di «frantumaglia» e così rimanda al titolo del pastiche autobiografico dell'autrice uscito nel 2003 e, in versione aggiornata, nello stesso 2007.

Perché, naturalmente, parte costitutiva del «caso Ferrante» è la distanza che la scrittrice pone tra se stessa e il proprio pubblico e che, di copertina in copertina, la casa editrice ha ben tradotto, graficamente, in corpi di donna visti di schiena o decapitati.

«Io credo che i libri non abbiano alcun bisogno degli autori, una volta che siano stati scritti»: così, in una lettera ai suoi editori pubblicata nella *Frantumaglia* edizione 2007, lei stessa spiega la sua scelta. Ma, qualunque sia il motivo per cui l'autrice (o, come si è ipotizzato, l'autore) di questi romanzi si celi sotto pseudonimo, è evidente il risultato: l'impossibilità di attingerne il volto spruzza sulla sua figura quel pulviscolo dorato che, un tempo, cospargeva gli inaccessibili «divi e divine» del grande schermo.

Ora, fossimo in area anglosassone, il «Ferrante novel» avrebbe partorito una filiera, secondo la regola che, quando un romanzo ha successo, e l'autore si specializza, poi è l'industria che crea i sottoautori e i sottoprodotti. Se da Dan Brown è scaturito il megascaffale dei successivi romanzi «conspiracy», da Ferrante potrebbe ben nascere una piccola scansia di epigoni.

Nel nostro caso, invece, resta da chiedersi piuttosto questo: l'autrice continuerà a tessere la tela del «Ferrante novel» o cambierà registro? Dopo essere stata sulla carta figlia, moglie, madre, proseguirà nell'indagine dei legami familiari e nel prossimo romanzo ci si presenterà nei panni di sorella (o di nonna)? Oppure darà un calcio al proprio mito e scriverà di tutt'altro?

Intanto, siccome un mito, per restare tale, va alimentato, tra un romanzo e l'altro la casa editrice manda in libreria altro: a ottobre 2007 è uscita *La spiaggia di notte*, favola per bambini dove Ferrante narra un possibile «dopo» della *Figlia oscura*, immagina la vicenda cioè della bambola di cui, lì, si era invaghita la protagonista.

Laura Lepetit e Cristina Dalai, animatrici insieme, oggi, della storica Tartaruga, spiegano che, almeno in campo narrativo, la rabbia d'un tempo non ha più ragion d'essere: «Il compito non è più rivendicare spazio per la scrittura femminile, perché lo spazio si trova anche altrove, in case editrici non separatiste» osservano. Sicché, il «marchio donna» come l'abbiamo inteso per un paio di decenni è invecchiato.

Salvo incarnarsi in questo fenomeno: con Elena Ferrante, con la sua misteriosa identità che permette a ciascuna lettrice di rispecchiarsi, e con la sua tematica narrativa, è come se «il femminile» troneggiasse, da alcune stagioni, enigmatico, in un angolo della nostra industria editoriale.

ALTE TIRATURE

Si fa ma non si dice

di Sylvie Coyaud

Che la faccenda sia dannatamente complicata, lo testimonia un dato di fatto editoriale: tutti i testi sull'argomento presentano un titolo bipartito, in cui allo strillo iniziale si accosta un sottotitolo esplicativo. In realtà, i volumi variamente dedicati alla «buona morte» – ampiamente corredati di prefazioni, postfazioni, sondaggi, rimandi alla giurisprudenza straniera – disegnano una situazione drammaticamente schizofrenica. Da un lato l'abbondanza parolai di teoresi filosofica, manicheismo dogmatico, possibilismo caritatevole; dall'altro, l'abbandono arbitrario a una pratica corrente che accosta negazioni eclatanti e complicità silenziose. Nel mezzo, un vuoto legislativo che in troppi pensano di aver diritto di colmare.

Convinto che stessi per raggiungere i limiti d'età, il direttore mi ha assegnato il tema dell'eutanasia. Invece vorrei finire come Guglielmo il Maresciallo, conte di Pembroke, di Longueville e mezz'Irlanda, con Riccardo Cuor di leone, pari e vassalli ad ammirare la serenità del mio contegno, moglie e figli a versarmi sul petto pianti sinceri e l'alto prelato spazientito a chiedersi quanto manca all'estrema unzione. La questione è seria, lo so, ma finché sono in grado di prenderla in considerazione con distacco, non ancora drammatica. Lo è stata per molti invece, ultimo Piergiorgio Welby, spesso citato nei libri sull'eutanasia, usciti nel primo semestre del 2007.

Ne ho cinque, di cui due ristampe, dev'essere un record. D'altronde, «i due terzi dei decessi sono preceduti da una degenza» scrivono Johan Bielsen, Joachim Cohen e Luc Deliens in *Fin de vie en Europe. Le point sur les pratiques médicales* («Population et Sociétés», gennaio 2007) «in istituzioni in cui l'offerta terapeutica e palliativa è aumentata e, rispetto all'allungamento della vita, un numero crescente di pazienti vuole privilegiare la qualità della morte». Secondo l'ultima ricerca europea che risale al 2002, gli atti medici che abbreviano la vita dei pazienti terminali sono la sommi-

nistrazione di antidolorifici (19% dei decessi in Italia, 26% in Danimarca); trattamenti interrotti o non tentati (4% in Italia, 14% in Svezia, Danimarca e Belgio, 20% nei Paesi Bassi, 28% in Svizzera); iniezione di sostanza letale (0,1% in Italia, 1,8% in Belgio e 3,4% nei Paesi Bassi). La sospensione delle cure è più spesso discussa dai medici con il paziente e i suoi familiari nei Paesi Bassi (95% dei casi), in Belgio (85%) e in Svizzera (82%) che in Italia (68%). In Svizzera, dal 1941, associazioni di volontari sono presenti negli ospedali per «accompagnare la buona morte».

Nei Paesi Bassi dove – come in Belgio – l'eutanasia è legale dal 2002, il 77,8% dei 6.860 medici che avevano registrato decessi nel 2005 hanno risposto a un questionario, anonimo, e i risultati sono stati pubblicati dal «New England Journal of Medicine». L'eutanasia per sedazione era aumentata dal 5,6 al 7,1% dei decessi rispetto al 2001, quella con sostanza letale somministrata dal medico era diminuita (dal 2,6 all'1,7%), così come i «suicidi assistiti» in cui il paziente si autosomministra la sostanza prescritta dal medico (da 0,2 a 0,1%). E il numero delle eutanasi eseguite e documentate era passato dal 54 all'80%. Adesso che si fa e si dice, i comitati etici olandesi si preoccupano perché resta il privilegio di pazienti bianchi, educati e benestanti.

I privilegiati sono gli stessi in *Liberi di morire. Le ragioni dell'eutanasia* (Elèuthera, 2007). Derek Humphry, il giornalista che ha fondato l'Associazione della cicuta e già autore del manuale *Eutanasia: uscita di sicurezza* (1993), è sbrigativo nelle sue asserzioni, come spesso i razionalisti puri e duri. Scoraggia dal «suicidio depressivo» perché la depressione si può curare, incoraggia a prepararsi al «suicidio razionale» per porre termine alla sofferenza. Racconta come il fatto di aver a disposizione l'occorrente conforti un paziente esausto che rimanda a più tardi la morte scelta, per godersi ancora un po' di vita scelta anch'essa e non più subita. Humphry, che ha aiutato a suicidarsi la prima moglie e il patrigno, sembra però ossessionato da Jack Kervokian, il patologo detto «Dottor Morte» che rivendicava il diritto al suicidio assistito con una campagna mediatica più da *one man show* che da movimento di base. Humphry lascia trapelare che a suo avviso Kervokian s'è meritato il carcere, ha diviso i volontari che hanno perso tempo in risse interne invece di portare avanti «la tattica vincente dei piccoli passi». Vincente solo in Oregon, per ora.

L'Italia, invece, «soffre di un ritardo trentennale, dal punto di vista legislativo, rispetto a paesi come l'America» scrive Ignazio R. Marino in *Il dolore e la politica. Accanimento terapeutico, testamento biologico, libertà di cura* (Bruno Mondadori, 2007). Dall'America, Marino esclude l'Oregon. Chirurgo, presidente della commissione sanità del Senato, è contrario all'eutanasia perché «non si può chiedere a un medico di dare la morte», però ha firmato il disegno di legge sul testamento biologico perché «è inconcepibile che si possa obbligare qualcuno a sottoporsi a un trattamento o cura contro la sua volontà». I medici devono essere liberi di interpretarlo a proprio piacimento, ma non i giudici i quali non sono «preparati ad occuparsi di una faccenda delicata come la fine della vita». Il testamento biologico non sarà vincolante, solo indicativo: «il diritto che si vuol riconoscere è quello di permettere a ogni persona di indicare oggi le cure e i trattamenti che ritiene accettabili per se stesso, nel caso in cui un giorno, nel futuro, non potesse più esprimersi autonomamente». Su quel diritto concordano e hanno «idee chiare» l'84% degli italiani. Dubito che qualcuno abbia le idee chiare sulle cure disponibili tra qualche anno. E che i medici siano preparati, dopo aver letto il sondaggio di Enzo Campelli e Enza Lucia Vaccaro fra 251 medici sui 330mila che esercitano in Italia. Questionario, risultati e interpretazioni occupano quattro quinti del volume, un'esagerazione. Il campione non rappresenta un granché, pare essere stato calibrato soltanto per zone geografiche, e certe informazioni raccolte restano inutilizzate. Per esempio pare che i sondati abbiano indicato il sesso, e sarebbe stato interessante conoscere le eventuali differenze tra le pratiche e le opinioni di uomini e donne. Tanto per sapermi regolare. Salva il libro un intervento di Stefano Rodotà, breve e chiaro al suo solito. In poche pagine, mette tutto: la divisione tra politica (ondivaga e, se messa alle strette, in maggioranza contraria) e cultura (favorevole, si ricordi quell'84% di italiani), il capriccio di medici e giudici nel decidere se sospendere o meno l'accanimento terapeutico, «la lotta per l'egemonia culturale, protagonista la Chiesa» che contrappone cultura della morte e cultura della vita. E i suoi sostenitori che accusano chi insiste sul «diritto a morire con dignità, di lanciare ai morenti un disperante messaggio d'abbandono». Qui l'ipocrisia è troppa e Rodotà resta garbato a fatica. Prega quei sostenitori di fare qualcosa di compassionevole per una volta, insistendo «sul-

l'assistenza domiciliare, sul sostegno ai familiari, sulle cure palliative. Ma questo vuol dire impiego di risorse pubbliche, servizi in grado di garantire eguaglianza di fronte al dolore, superamento di situazioni che, in Italia, vedono da Roma in su 102 centri antidolore e solo 5 nel Mezzogiorno. L'opposto, dunque, delle derive privatistiche che ci affliggono. Qui è il legittimo campo per il legislatore, il banco di prova per una politica davvero umana».

Per tutelare medici e pazienti, al legislatore però spetta dire se e quando è lecito abbreviare la vita altrui e dunque dare all'atto un nome e una definizione. Non è facile. In *Pensare l'eutanasia* (Einaudi, 2006) Jean-Yves Goffi, che insegna filosofia all'Università di Grenoble, elenca nove varianti di eutanasia e personalmente adotta la definizione di Tom Beauchamp «abbreviata e semplificata». Semplifico ulteriormente: la morte è voluta dal diretto interessato e da almeno un'altra persona che vi contribuisce; la persona che muore è afflitta da tremende sofferenze o è immersa in un coma irreversibile, condizione che da sola costituisce la ragione primaria per cui la morte è voluta; le procedure scelte per provocare la morte debbono essere le meno dolorose possibili. Goffi parte da qui per contestare alcune delle argomentazioni della filosofia morale e del cristianesimo, a cominciare dalla china fatale che da una pratica decisa per mutuo consenso porterebbe, come sotto il nazismo, allo sterminio dei malati indesiderati. Non è vero, scrive, che se si ruba un uovo impunemente, si ruba un bue, perché «le tesi moderate (compassionevoli) e le tesi radicali (inumane) sono dissociabili in via di principio, non c'è un legame causale fra le prime e le seconde». Goffi mostra che consequenzialismo, deontologismo e aretaismi – cioè le etiche delle virtù – approdano a paradossi e contraddizioni. C'è disaccordo sulla «sacralità della vita» persino tra i pensatori cristiani. Per san Paolo, nella Lettera ai Romani, non è permesso fare il male affinché ne consegua un bene. Per altri è permesso dal «principio delle azioni a doppio effetto»: l'antidolorifico somministrato per dare sollievo accelera in effetti la morte. O dalla distinzione tra mezzi «ordinari» e «straordinari». La Congregazione per la dottrina della fede autorizza per esempio la sospensione dei trattamenti «straordinari». Come se ci fosse un confine netto, e il trattamento ordinario in un caso non fosse straordinario in un altro, a seconda delle condizioni del paziente.

A proposito dell'etica deontologica, Goffi accenna al Decalogo e nota che in esso Dio proibisce e comanda atti il cui carattere immorale e morale è indipendente da ogni altra considerazione. «Per esempio, il settimo comandamento assume la forma del seguente divieto: “Non commettere adulterio”. È fondamentale osservare che esso non dice: “Non commettere adulterio, a meno che in tal modo si realizzi un valore più importante”; e neppure dice: “Non commettere adulterio, a meno che commettendolo a titolo eccezionale, tu permetta la realizzazione di un bene più importante”. Il comandamento ha un carattere ultimativo.»

Visto che lo stato di coniugalità è reversibile, la morte no, è curioso che «Non uccidere», la traduzione deontologica della sacralità della vita, dipenda dalle circostanze e abbia così tante eccezioni, legittima difesa, pena di morte, guerre... Questo fatto e la carità dovrebbero bastare alla Chiesa per tollerare ogni suicidio, assistito o meno. Al legislatore, almeno in uno Stato non confessionale, potrebbe bastare l'analogia con il matrimonio. La scelta dell'eutanasia dipende anch'essa da una somma, soggettiva e mutevole nel tempo, di credenze, giudizi, affetti, percezioni di sé, valutazione delle proprie aspettative e capacità ecc., da un'idea laica o meno, materialistica o meno della vita, e richiede l'intervento di terzi con pari convinzioni, ma non per forza l'adesione a valori che altri ritengono universali.

Quanto scrive Goffi si trovava già in *Quando la vita finisce. La sostenibilità morale dell'eutanasia* di James Rachels, un classico del 1986 che esce ora in edizione ampliata (Sonda, 2007). L'autore, morto di cancro nel 2003, spiega che se usano la ragione, cristiani e laici «condividono lo stesso universo morale». Demolisce gli argomenti dei filosofi, dei teologi e delle associazioni di medici che vorrebbero vietare del tutto o in parte l'eutanasia, li cita ampiamente e li illustra con esempi che ne fanno risaltare le contraddizioni. Conclude a favore della libertà e dell'autonomia del paziente di ricevere e del medico – il quale però non può obiettare, dice, avendo come primo dovere quello di alleviare la sofferenza – di dare la morte, respingendo le distinzioni tra eutanasia passiva e attiva, effetto singolo e doppio, e tra intenzioni buone e cattive le quali ci informano sul carattere di chi le intrattiene, ma non devono influire sul giudizio che diamo sull'atto in sé.

La distinzione importante per Rachels è invece tra la vita biologica (avere una vita), che può anche essere priva di percezioni e quindi di valore, e la vita «biografica» del soggetto e della sua esperienza, il suo «essere vivo». Propone quindi la legalizzazione dell'eutanasia da considerarsi «omicidio per pietà» e che gli abusi siano perseguiti penalmente come avviene per quelli di legittima difesa, senza creare un sistema complicato di autorizzazioni e ricorsi che arriverebbe a conclusione troppo tardi per dare sollievo a chi la pretende.

Armando Massarenti, filosofo e mio collega al «Sole 24 ORE-Domenica», ha scritto la prefazione a questa nuova edizione, e approva la posizione di Rachels. Io che filosofa non sono, farei meglio a imitarlo. Però Rachels se la prende con John Rawls dove, in *Per una teoria della giustizia*, sostiene che noi esseri umani condividiamo una capacità morale, simile a quella linguistica, di cui si tratta di formulare i principi, un po' come i linguisti formulano le regole grammaticali. No, obietta Rachels, «la grammaticalità è determinata dalle convenzioni di un gruppo di parlanti e quindi l'uso comune non può essere scorretto. Invece una credenza comune può essere scorretta. Non abbiamo garanzie che le nostre intuizioni siano percezioni della verità». Non sono certa che la verità, così stabile e definitiva, c'entri con la morale. Mi sembra una pretesa poco laica, oltre che infondata, secondo i libri segnalati fin qui. Forse sbaglio, ma mi sembra più tollerante e rispettoso delle libertà individuali il teologo cattolico Hans Küng. Un credente può decidere di abbreviare la propria vita, è un dono di un Dio misericordioso, e non sadico, che dopo la morte gliene accorderà un'altra, migliore, scrive in *La dignità della morte. Tesi sull'eutanasia* (Datanews, già pubblicato da Rizzoli come *La dignità del morire. In difesa della libera scelta* nel 1996, insieme a uno scritto di Walter Jens).

Non so quali probabilità abbia in America la legalizzazione dell'eutanasia che Rachels augurava. La proposta di legge italiana, sebbene limitata alle «cure inaccettabili», pare averne poche e non solo per l'intransigenza del Vaticano che vuol conservare un potere simbolico e farlo rispettare da chiunque abiti qui, qualunque fede abbia. Anche filosofi e medici vogliono conservare il proprio. Si pensi al dibattito in corso da due anni in Gran Bretagna sulla proposta di legge detta «Joffe Bill». Nonostante modifiche che l'han-

no resa irta di tutele, parecchi filosofi e bioeticisti la combattono, risfoderando la china fatale. E le associazioni dei medici esigono di definire univocamente le regole alle quali i pazienti devono assoggettarsi, senza ascoltarli. Tutto questo a dispetto dell'opinione pubblica (l'80% di cattolici e anglicani britannici è favorevole al «Joffe Bill») e dell'ammissione che cure interrotte, sedazioni profonde e somministrazione di antidolorifici sono pratiche correnti. Come qui, in Gran Bretagna si susseguono i casi «Welby», i processi, le sentenze clementi e la regola resta immutata: si fa e non si dice.

ALTE TIRATURE
Storie
di precariato
di Stefano Ghidinelli

Sono tanti, giovani, e parecchio arrabbiati: l'urgente ansia testimoniale che anima gli autori della nuova letteratura precaria si esprime attraverso autobiografie, reportages, ma anche romanzi veri e propri. Ci sono il candidato a colloquio con il settore Risorse umane, la venditrice telefonica di aspirapolveri, il giovane umanista operaio. Tutti offrono un ritratto intenso, allarmato, del nuovo mondo dei lavoratori flessibili, che quasi sempre riesce a impressionare e commuovere il lettore. Anche se non sempre lo convince.

«**E**siste una nuova, potente letteratura del lavoro, ma non ha alle spalle la promozione del critico che ama gli scrittori americani e i comici giallisti tanto rilassanti, tanto consumabili». A sostenerlo è Aldo Nove nel vibrante reportage *Mi chiamo Roberta, ho 40 anni, guadagno 250 euro al mese...*, sua penultima fatica letteraria. Formulata in questi termini, la tesi è forse un po' enfatica. D'altra parte l'autore di *Woobinda* è qui impegnato in un delicato *upgrade* (direbbe lui) della propria immagine di autore: esaurita la stagione della cattiveria cannibalesca («Quello di Orwell è un ciclo concluso. [...] Lo stesso credo possa dirsi, in scala ovviamente molto minore, per il pulp, come suo riflesso letterario critico»), la nuovissima tradizione della «letteratura flessibile» identifica l'orizzonte ideale entro cui rimodulare il suo graffiante moralismo *engagé*.

Certo è che all'agguerrita pattuglia dei pionieri del genere – da Giorgio Falco a Francesco Dezio, da Andrea Bajani a Giuseppe Caruso –, negli ultimi mesi si sono aggiunte parecchie voci nuove. Sempre Bajani ha pubblicato, per Einaudi, la «Guida di viaggio per lavoratori flessibili» *Mi spezzo ma non m'impiego*; a poche settimane di distanza sono usciti il romanzo di Mario Desiati *Vita pre-*

caria e amore eterno, da Mondadori, e il reportage di Angelo Ferracuti *Le risorse umane* per Feltrinelli; ma si possono ricordare anche *Il mondo deve sapere* di Michela Murgia, proposto da Isbn, o il *Curriculum atipico di un trentenne tipico* di Fabrizio Buratto, edito da Marsilio.

A scorrere l'elenco, colpisce anzitutto la costante generazionale: gli autori di questi libri hanno tutti fra i trenta e i quaranta anni (Ferracuti pochi di più), sono spesso esordienti (Falco, Buratto, Murgia) o quasi (Dezio, Bajani, Desiati, Caruso), e volentieri le note biografiche ne segnalano la personale esperienza nel mondo del lavoro atipico. Ciò corrobora l'impressione di un fenomeno nato «dal basso», sull'onda di una rabbiosa spinta testimoniale. A muovere questi autori è il proposito di denunciare lo «scandalo normale» (Nove) di un sistema che relega l'individuo a una condizione umiliante, di protratta instabilità non solo lavorativa, ma sociale, affettiva, esistenziale. La nuova letteratura flessibile sembra insomma attribuirsi una bruciante *necessità* di ordine etico, civile, finanche politico, prima ancora che letterario.

Naturalmente, anche la letteratura del lavoro di quarant'anni fa si nutriva di intensi umori etici civili politici: ma ciò accadeva nel contesto di una battaglia politico-culturale totalizzante, che permeava ogni livello della vita sociale. Per la nuova leva di scrittori, pur nella varietà delle soluzioni adottate, la letteratura sembra invece assumere una funzione addirittura compensatoria, sostitutiva, rispetto al flagrante vuoto di rappresentatività e iniziativa imputato proprio alla politica. Sindacati e partiti della sinistra sono tra i bersagli più aspri, e insieme tra i destinatari più diretti del comune *j'accuse*: il lavoratore precario o è un soggetto apolitico o tende a diventarlo per esasperazione. Iperboliche immagini di smarrimento condensano questo grave senso di abbandono: da un lato, la grottesca deriva terroristica verso cui precipita il protagonista del *Chi ha ucciso Silvio Berlusconi* di Caruso; dall'altro, la parossistica abulia del Martino Bux di Desiati, che con il medesimo senso di estraneità si fa trascinare in un corteo neofascista o sul treno speciale per una manifestazione sindacale. Anche più in generale, la convinzione di dover scalfire il guscio di indifferenza della società civile favorisce l'opzione per assetti prospettici rigidamente orientati: la nuova letteratura flessibile è una lettera-

tura apertamente di parte. Esplicita, del resto, è l'aspirazione a farsi carico anche di una cruciale funzione socializzante. Raccontare è una forma primaria di condivisione dell'esperienza, è il tramite per una presa di coscienza collettiva. Nove lo teorizza a chiare lettere nel finale del suo libro: ciò che lo scrittore *deve* fare, è assumersi la responsabilità di raccogliere e divulgare le infinite «tragedie normali» del popolo della precarietà («Parlano di noi. // Storie. / Urgenti. / Sono dappertutto. // Vanno raccolte. / Dobbiamo dircele», p. 168).

Sul piano delle scelte formali, l'intensità delle motivazioni extraletterarie sembra riflettersi nella diffusa tendenza a preferire, ai generi più tipici della letteratura di finzione (romanzo *in primis*), forme comunicative più semplici e dirette. Si potrebbe parlare di un impellente bisogno di autenticità, che per un verso promuove forme di immediatezza testimoniale al limite del preletterario; per altro verso si esprime attraverso un uso per così dire postletterario del reportage d'autore, giacché l'opzione per la «non fiction» assume qui il senso di una deliberata alternativa alla narrazione romanzesca, evidentemente avvertita come *medium* meno adeguato allo scopo, meno rigoroso, meno potente.

Certo, nel verboso diario *pamphlet* di Michela Murgia l'autenticità dell'esperienza vissuta (un mese in un *call center* come venditrice telefonica di aspirapolvere) è la sola vera risorsa messa a frutto. Ma nell'originale libro di Fabrizio Buratto il modulo autobiografico passa, con felice senso dell'ironia, attraverso il sorprendente riuso letterario della forma del *curriculum vitae*, dilatata a oltranza e infine travolta dalla piena autodiegetica cui l'autore si abbandona. Alla fine la «loquace signorina addetta alla selezione delle risorse umane» non assumerà il candidato Buratto: ma almeno avrà subito il contrappasso di saggiare l'irriducibile atipicità del suo profilo.

La forma reportage è intesa per lo più come funzionale a una raccolta di esperienze e testimonianze forti, emblematiche. È così per Angelo Ferracuti, che nel suo *Le risorse umane* allinea, con un compromesso abbastanza tradizionale fra narrazione e inchiesta, gli ispirati resoconti dei suoi sondaggi nel mondo del lavoro contemporaneo (non solo precario). La figura dell'io autore è sempre molto presente e riconoscibile, sia come istanza giudicante, sia come detentrica di uno sguardo e di una sensibilità culturale da

scrittore. Il libro, invero, funziona meglio quando Ferracuti riesce a tenere un basso profilo, affidandosi alla forza delle sue storie senza preoccuparsi troppo di segnalare al lettore il «corretto» punto di vista da assumere. In *Mi chiamo Roberta* Aldo Nove opta invece per una studiata forma di contrappunto fra testimonianza e commento: ogni capitolo è composto da un'intervista, in cui a parlare è soprattutto l'interlocutore, e da un cappello introduttivo, in cui lo scrittore espone il suo punto di vista. L'amalgama di *pathos* e *logos* risulta molto efficace nelle interviste, dove la carica emotiva delle testimonianze affiora senza sforzo dal linguaggio lucido e piano. Meno risolti appaiono i cappelli, dove le frequenti accensioni retoriche e tonali del dettato, lungi dal rendere più perspicua l'argomentazione (quasi sempre molto radicale), rivelano la contraddizione di fondo del libro: che colpisce il lettore più alla pancia che alla testa, riuscendo bensì a commuoverlo e indignarlo ma non a convincerlo. Ciò non toglie che le doti di scrittura di Nove siano in grado di riservare al lettore invenzioni di indubbia suggestione (come l'immagine iniziale della città di bambini, o il sagace concetto di «integrazione apocalittica»).

L'unico a sperimentare una forma diversa di reportage è Andrea Bajani. Il giovane scrittore (che nel romanzo *Cordiali saluti* aveva già narrato la favola delicata e crudele di un virtuosistico compilatore aziendale di lettere di licenziamento) rinuncia infatti per principio al pedale del patetico, al racconto «per casi umani», proprio perché, secondo lui, la condizione del lavoratore «atipico» non è affatto atipica, ma normale, e come tale va rappresentata. Le armi prescelte, allora, sono quelle della chiarezza e dello *humour*. L'agile format espositivo della «guida di viaggio», per esempio, è introdotto grazie alla felice trovata dell'analogia straniante tra i «pacchetti» offerti dall'agenzia turistica («Due settimane a New York») e dall'agenzia interinale («Tre settimane più proroga presso rinomato studio commercialista»). Senza perdere in leggerezza, nel breve capitolo *La precarietà dei dati* Bajani riesce persino a occuparsi di numeri. Esercizio che gli altri letterati reporter praticano poco: e che pure è salutare, anche sul piano retorico.

L'urgenza delle motivazioni extraletterarie è ben percepibile anche negli autori che, per raccontare il mondo della precarietà, scelgono di affidarsi ai più consueti mezzi della fiction narrati-

va. Due, in particolare, sembrano essere gli orientamenti strategici prediletti. Da un lato c'è chi, come Desiati e Caruso, punta alla costruzione di personaggi e vicende paradossali, metafore iperboliche degli effetti devastanti che la vita precaria produce sull'individuo. Lo stile narrativo di Caruso è di forte ascendenza cinematografica: svelto, essenziale, anche se a tratti un po' andante. In *Chi ha ucciso Silvio Berlusconi* il ritmo è tutto: il lettore deve esserne trasportato a seguire, senza badare troppo ai requisiti di plausibilità, la catena di banali cedimenti che induce il ragionevole protagonista Ettore a trasformarsi, da giovane precario innamorato, in improvvisato terrorista. Solo nel finale l'imbarazzo per la stramberia via via più smaccata dell'intreccio prende il sopravvento. Letterariamente più ambizioso, ma forse ancor meno risolto, il romanzo di Desiati *Vita precaria e amore eterno*. Qui allo stile sovraccarico e pretenzioso fa da contraltare un disegno narrativo debole, sfocato. Il tema della precarietà vi si innesta in modo estrinseco, volontaristico: non è certo il lavoro nel *call center* a destabilizzare il protagonista Martino, logorato semmai da una funesta storia familiare e più ancora dalla devastante perdita della fidanzata Toni. Peraltro, è incongruo che Desiati affidi a Martino le proprie veementi istanze di critica sociale, se il colpo di scena finale deve rivelarcelo come narratore folle e inattendibile. L'effetto è paradossalmente opposto a quello che Volponi otteneva dal suo Saluggia in *Memoriale*.

Su un fronte diverso, Francesco Dezio e Giorgio Falco si propongono di smascherare la violenza e inautenticità quotidiana dei rapporti umani nell'era del lavoro flessibile attraverso la ripresa di tecniche di mimesi e straniamento linguistico di ascendenza neoavanguardistica (modello esplicito è il *Vogliamo tutto* di Balestrini). Nei 71 frammenti di monologo raccolti in *Pausa caffè*, l'esercizio di stilizzazione (ora più ora meno virtuosistico) procede per moltiplicazione, attraverso un accumulo seriale e caotico di voci e reperti discorsivi: secondo il collaudato principio della cordiale banalità dell'orrore. In *Nicola Rubino è entrato in fabbrica* Dezio racconta, in modo rapsodico ed esuberante e nondimeno romanzesco, le disavventure di un riottoso operaio barese «a formazione», condannato all'emarginazione (e infine al licenziamento) da una naturale insofferenza alla sottomissione acuita dall'insolita cultura umanistica. Il libro, tutt'altro che risolto sul piano stilisti-

co-strutturale, ha però un'indubbia vivacità narrativa e mimetica, cui non è estranea la matrice autobiografica, dichiarata dall'autore con ribalderia bianciardiana: «Da dove nasce un libro come questo? È inutile girarci intorno, a scriverlo mi ha spinto una grande incazzatura, un'incazzatura enorme e incontenibile».

Sul piano dell'intensità emotiva, del resto, la «potenza» della nuova letteratura flessibile è evidente. Difficile, per il lettore, non sentirsene toccato e coinvolto. Difficile restare indifferenti all'autenticità del disagio cantato da questi autori. Spesso, però, questa programmatica intensità e immediatezza comunicativa è ottenuta al prezzo di una brusca semplificazione delle coordinate strutturali della rappresentazione. Ma sacrificare la complessità (tanto argomentativa quanto romanzesca) sull'altare della immediatezza emotiva, non è mai un buon affare. Almeno per chi crede che le emozioni si «consumino» assai più velocemente delle convinzioni.

ALTE TIRATURE
La canzone cerca
il libro. E viceversa
di Umberto Fiori

Il libro di Luciano Ligabue pubblicato da Einaudi docet: perché un'opera di poesia susciti un effettivo interesse presso il grande pubblico, oggi, occorre che l'autore sia già famoso. Ma non come poeta. Il paradosso del divismo poetico della rockstar rilancia la sfida della poesia alla canzone come forma di espressione più aperta e duttile. E mentre ci sono poeti come Ida Travi che aprono la propria scrittura ai suoni, il sapere accademico cerca di mettersi in pari con lo spirito dei tempi avallando il prestigio culturale della musica rock e pop. Così non stupisce che, attraverso le note, l'elogio della follia arrivi sul palco del Festival di Sanremo e sui banchi della libreria.

Cos'è successo, nel mondo della canzone, nel corso dell'ultimo anno? Luciano Ligabue ha battuto il record olimpionico di salto con l'asta. Non ci credete? Va bene. Ligabue ha composto sette fughe a tre voci, e nei momenti liberi ha contribuito alla stesura della finanziaria. Neanche a questo credete? Ok, non è vero. Ligabue ha scritto delle poesie; l'editore Einaudi gliel'ha pubblicate. Questa è la notizia.

In qualsiasi altro paese, un evento del genere passerebbe inosservato; in Italia scuote le telescriventi, mobilita recensori, fotografi, conduttori radiofonici e televisivi.

Di fronte a tanto fermento, un osservatore esterno potrebbe essere spinto a pensare che da noi l'arte della parola occupi il centro della pubblica attenzione. In un certo senso, non avrebbe torto: quasi tutti gli italiani scrivono versi (leggerli è un altro discorso). Molti li stampano, per la delizia di parenti e amici; alcuni – pochi – riescono a varcare i confini del vicinato, a pubblicare presso un vero editore; ma perché un'opera di poesia diventi davvero *pubblica*, perché susciti un effettivo interesse, oggi, occorre che l'autore sia già famoso. Famoso, *ma non come poeta*. Se Ligabue si fosse dedicato sempre e solo a scrivere versi per la pagina,

giungendo a guadagnarsi così un certo credito letterario, le sue *Lettere d'amore nel frigo* (tale il titolo) verrebbero serenamente ignorate; invece è una rockstar, e il fatto che pubblichi una raccolta di poesie mette in moto cronisti e critici.

Sensazionale – ci dicono – è il coraggio che il Liga dimostra nell'aggirare l'ozioso dibattito sulle qualità poetiche delle canzoni, mettendosi alla prova direttamente come poeta. Viene da chiedersi: che cosa lo ha spinto a questa rischiosa impresa? Che cosa spinge un popolarissimo cantautore verso il genere letterario più impopolare che ci sia?

«Le poesie – racconta l'interessato a Paola Zanuttini sul «Venerdì di Repubblica» del 29 settembre 2006 – le ho scritte tre anni fa sull'onda di un periodo molto movimentato: era appena morto mio padre, mi ero separato, e un cugino che era quasi un fratello cominciava a dare i primi segni di una malattia che se l'è portato via in un mese». D'accordo; ma per esprimere quel dolore, l'autore di *Happy hour* non aveva già il suo strumento d'elezione, la canzone? Evidentemente non bastava. In poesia, a quanto pare, trovano spazio cose che dalla canzone restano escluse («l'energia è tanta, e la canzone è stretta», spiega Nico Orengo nella *Prefazione* al volume einaudiano). «Nella sintesi tra parole e musica non riesco a far entrare tutto quello che mi gira per la testa», dichiara il rocker di Correggio.

Con tutto il male che se ne dice, insomma, la poesia sarebbe ancora una forma di espressione più aperta, più duttile, più libera della canzone. «Quindi – propone Paola Zanuttini al nostro Autore – lei è diventato poeta per uscire dalla metrica.»

Qui occorre una precisazione: con il termine metrica, nel gergo della canzone, si intende lo schema al quale il paroliere deve attenersi quando applica un testo a una melodia data. L'idea, da tempo radicata tra gli operatori del settore (critici inclusi), è che la «metrica» – e ogni genere di rigore ritmico – siano stati definitivamente liquidati dalla poesia moderna: quando uno scrive per la pagina, può mettere giù le parole un po' a caso, andare a capo qui, là, come viene viene. In effetti, leggendo certe poesie di Ligabue si ha l'impressione che il ritmo si sia preso una settimana di ferie: «questa è la parcella / per il ballo / nel luogo emotivo / dove / al sicuro / è un concetto / non rispondente». Ai malevoli, «versi» come que-

sti faranno venire in mente i singulti della *Fontana malata* di Palazzeschi; ai benevoli l'Ungaretti più vulgato, cui generazioni e generazioni di aspiranti poeti hanno attinto negli ultimi ottant'anni. Il Ligabue Luciano, come tutti, lo avrà studiato a scuola, ma non ammetterebbe mai – c'è da scommetterci – di esserne stato influenzato: ve li immaginate Elvis Presley o Jim Morrison con in mano *L'Allegria* o *Sentimento del tempo*? No, no: il Liga legge Bukowski, di cui ama «la rudezza». E poi – indovinate? – i poeti della *beat generation*. «Vorrei essere poetico usando un vocabolario scarno, vicino al linguaggio parlato» spiega. Gli sarebbe bastata un'occhiata alla poesia italiana degli ultimi cinquant'anni per trovare, nella direzione indicata, qualche esempio interessante col quale confrontarsi; ma forse era troppo occupato a leggere Ginsberg (in inglese?) e a farsi venire la raucedine da avventuriero *on the road*. «Ho paura della melensaggine» confessa ancora a «Repubblica». Per non essere melenso, scrive cose così: «La puzza di fiume in vacanza / è puzza di utero morto». Se la poesia è questa, forse è meglio continuare con le canzoni.

Mentre i cantautori si accostano clamorosamente al silenzio del libro, ci sono poeti che – con molto minor clamore – aprono la propria scrittura ai suoni. È il caso di Ida Travi, che sotto il titolo *La corsa dei fuochi* (Moretti & Vitali, 2006) allinea testi pensati per la pagina (o per la lettura in pubblico) e quelle che definisce «poesie per la musica». La resa sonora di entrambi è testimoniata da un cd allegato, dove alla voce recitante dell'autrice si alterna il canto (altrettanto emozionante) di Patrizia Simone. Quando ho ricevuto il libro – sarò sincero – temevo di trovarmi di fronte uno dei tanti esperimenti tardonovecentisti, l'ennesimo massacro «musicale» della parola; invece, i tre «canti» composti da Andrea Mannucci (musicista di formazione «colta») si muovono nel massimo rispetto del testo, assecondandone e amplificandone il *pathos*, senza attentare alla sua comprensibilità. Anche l'ascoltatore musicalmente meno avvertito avrà l'impressione di entrare senza fatica nei percorsi di queste melodie. La scelta degli autori di chiamare «canti» e «poesia per la musica» le loro composizioni, evitando il termine «canzone», ha le sue buone ragioni e non discende, mi pare, da spocchia intellettuale: le differenze, tanto sul piano letterario quanto su quello musicale, ci

sono; io credo però che il prossimo passo dovrebbe essere quello di lasciare che sia chi ascolta a scoprirle, a sentirle. Sono convinto che l'annosa contesa tra poesia e canzone assumerebbe caratteri meno astratti, meno vuotamente ideologici, se cantautori, compositori «colti» e poeti si misurassero non a partire dallo *status* del genere in cui si muovono, dal suo credito storico, ma dal risultato artistico, dalla qualità della singola opera.

Per capire quanto e come sia cambiato, negli ultimi quarant'anni, l'atteggiamento degli intellettuali italiani nei confronti di quella che una volta si chiamava «canzonetta», basta ripensare al primo studio importante uscito da noi, *Le canzoni della cattiva coscienza* (1964, contributi di Umberto Eco, Sergio Liberovici e altri) e confrontarlo con un recente lavoro di Stefano La Via, *Poesia per musica e musica per poesia* (Carocci, 2006). L'autore – musicologo, studioso del Rinascimento – insegna Storia della poesia per musica all'Università di Pavia; il suo libro, però, non vuole presentarsi come un grigio manuale a uso universitario. Il sottotitolo, «dai trovatori a Paolo Conte», dice al potenziale lettore: qui non si parla solo di melodrammi, madrigali e *Lieder*; questo è uno studio senza pregiudizi, aperto alla produzione popolare contemporanea. Negli anni sessanta, della cultura «di massa» era lecito occuparsi seriamente solo a patto di denunciarne i limiti estetici e le pecche ideologiche; oggi la situazione si è rovesciata: il prestigio culturale della canzone, del rock e del pop sono fuori discussione; è il sapere accademico a doversi mettere in pari con lo spirito dei tempi. La Via lo fa con misura, senza trasgressioni clamorose: la prima parte del libro («Parametri, principi generali e tipologie d'interazione tra poesia e musica») è una trattazione sistematica e approfondita dell'argomento; roba che va studiata, mica leggiucchiata al bar. Il lettore profano capace di attraversarla senza perdersi d'animo avrà un premio: negli ultimi paragrafi parte lo spettacolo, entrano in scena Bob Dylan, il blues, i fratelli Gershwin, Paul Mc Cartney, Chico Buarque, Paolo Conte. Nella seconda parte, dedicata a una serie di analisi, lo schema si ripete: da *Can vei la lauzeta mover* di Bernart de Ventadorn si procede senza freni verso *The Man I Love*, fino a *Yesterday*, fino a *Madeleine* di Paolo Conte.

Oltre che un contributo per molti aspetti originale intorno

all'interazione tra testo e musica, il libro di *La Via* mi sembra un importante passo avanti nel rapporto tra ricerca accademica e canzone. Un ulteriore passo, assai auspicabile, sarebbe la liberazione degli studi scientifici dai frettolosi giudizi di valore e in genere dalle *idées reçues* care al giornalismo «specializzato». A margine di un ragionamento sulle varie tipologie del rapporto tra testo e musica, parlando di Guccini, *La Via* lo decreta (p. 165) «riconosciuto dalla critica letteraria ufficiale come poeta autentico», grazie alla «indiscutibile qualità letteraria» della sua poesia. Dell'autorevolissima «critica letteraria ufficiale» sarebbe interessante conoscere l'indirizzo. E soprattutto le argomentazioni.

Febbraio 2007: da settimane giornali riviste radio e tv mi avvertono che arriva il Festival di Sanremo. Trent'anni fa era un appuntamento irrinunciabile per me e per i miei amici («compagni» e «compagne», si diceva allora). A decine ci riunivamo davanti alla tele, a casa di qualcuno, per commentare le canzoni in concorso: ognuno sceglieva il suo campione e gli tributava un tifo da stadio (ricordo di essermi sgolato per Loretta Goggi). A poco a poco, l'allegro snobismo che sosteneva quei raduni è svanito, insieme ad altri entusiasmi d'epoca. Da anni l'attenzione che dedico a Sanremo è sporadica, superficiale, del tutto inadeguata; solo per caso assisto – a sprazzi – a una serata dell'annunciatissima edizione 2007. Un ragazzone alto alto, vagamente «alternativo», occhiali rossi e un'acconciatura a metà tra Jimi Hendrix e i Cugini di campagna, canta un ritornello in cui *rosa* rima con *cosa* e *sposa*; la strofa è garbatamente rappata: «I matti sono punti di domanda senza frase, / migliaia di astronavi che non tornano alla base / ... / I matti siamo noi quando nessuno ci capisce...».

Guarda un po' chi si rivede: i matti. Jack Nicholson col berrettino di lana da «cuculo», il '77, Bologna, Radio Alice, Foucault, Deleuze-Guattari, la rivolta «creativa» a colpi di antipsichiatria, il trionfo del «demenziale»... Trent'anni dopo, nella canzone di Simone Cristicchi (*Ti regalerò una rosa*, vincitrice del Festival) e nel suo libro uscito in contemporanea, *Centro di igiene mentale* (Mondadori, 2007), quasi le stesse idee si ripropongono, seppure in versione «ingentilita»: «I matti sono sensibili, veri e puri», «Io sono Matto, e vivo senza punteggiatura, così la mia mente cresce e

si sviluppa libera...», «Il senso sono io, in quanto Matto», e via dicendo. A uno della mia generazione, questo «elogio della follia» rischia di suonare come un ritornello un tantino stagionato; ma in questi anni di deliri identitari, di arroccamenti sanfedisti e xenofobi, anche l'apologia del «diverso» proposta da Cristicchi, ingenua e sincera com'è, può servire a far circolare un po' di aria buona.

COMPRA TI IN EDICOLA
Alla ricerca
del fumetto perduto
di Paolo Interdonato

Non esistono più i fumetti di una volta. La concorrenza dei prodotti globalizzati si è abbattuta sulle pubblicazioni più tradizionali esposte nei chioschi nazionali – da «Topolino» agli eroi bonelliani –, costrette a confrontarsi (e conformarsi) con albi in formato Usa, moduli e stilemi del manga nipponico, fino all'esplosione del fenomeno «graphic novel». A complicare la crisi di identità del fumetto seriale classico, si afferma una letteratura disegnata sempre più frastagliata sui canali di vendita, tra allegati a quotidiani, emancipazione dalle fumetterie, discesa in campo degli editori di varia.

Osservando le edicole, da qualche tempo, si percepiscono i sintomi di un apparente riemergere del fumetto. Stranamente, lo sguardo non deve essere rivolto all'area dei chioschi dove di solito sono gli albi seriali dedicati a topi, paperi, eroi in costume e fanciulle discinte, ma agli espositori che raccolgono gli allegati ai quotidiani e le riviste di informazione.

Infatti, anche una rapida occhiata al sistema della produzione e della fruizione che governa il fumetto indica chiaramente che la serialità illimitata, capace di rendere immortali (almeno per qualche decennio) le carni cartacee di un eroe, non è più il fenomeno di maggior rilievo. Il fumetto come lo conoscevamo – con le sue forme, i suoi formati e i suoi canali di vendita – continua a esistere, ma gli indicatori che siamo usi adottare quali rilevatori del suo stato di salute (tirature, distribuito, venduto...) si sono ridotti di ordini di grandezza. Quasi tutti i formati esposti nei chioschi italiani si sono adattati a influenze esterne, che nella maggior parte dei casi li hanno snaturati, nella speranza di ritardare la resa a un'emorragia che sembra non avere fine.

Un oscuro scrutare

La pubblicazione che, più di tutte, pare resistere immarcescibile al suo posto è «Topolino» della Walt Disney Company Italia. Essa vende mediamente, tra edicole e abbonamenti, 250mila copie. Ma, a ben guardare, anche la sua presenza in edicola non è così inossidabile e indifferente al mutare della situazione di mercato: analizzando i report Ads pubblicati da www.primaonline.it, contenenti dati autocertificati dagli editori, si osserva che in poco più di un decennio la testata ha perso circa 230mila copie di venduto settimanale (oltre 60mila delle quali negli ultimi 24 mesi). L'esodo di acquirenti ha indotto la casa editrice ad aprire il proprio parco testate a una serie di influenze esterne. Dopo aver ammesso il formato albo spillato, tipico del fumetto di supereroi statunitense (con «PK new adventures» dal 1996), a partire dal 2001 Disney Italia ha cominciato a pubblicare prima prodotti non storicamente legati al marchio di Topolino e Paperino (il più noto è «Witch»), poi titoli non appartenenti alla multinazionale (per esempio «Monster Allergy», dal 2003, che è un prodotto di Red Whale) e non seriali (la collana «Buena Vista Lab», presente in edicola con sei volumi dal 2005 al 2006 e dedicata a opere autoconclusive realizzate da autori anche molto lontani dai modelli disneyani). Le influenze più evidenti su questi prodotti sono il formato del fumetto nordamericano, i moduli e gli stilemi – grafici, narrativi e di serialità – provenienti dal manga nipponico e la struttura del *graphic novel*, il romanzo grafico che dalla seconda metà degli anni ottanta ha conquistato uno spazio preciso – e commercialmente interessante – nelle librerie e nella stampa non specialistica prima statunitensi, poi francesi e, oggi, anche italiane.

Il formato che ancora oggi prevale nelle edicole patrie è il «bonelliano», albo di circa cento pagine di carta pesante e porosa in bianco e nero che deve il proprio nome a Gianluigi e Sergio Bonelli, gli autori ed editori che si sono maggiormente spesi per la sua diffusione. La testata che, ancora oggi, domina il segmento, è «Tex» di cui si dice venda circa 200mila copie al mese (non esiste un dato certificato dalla Sergio Bonelli Editore).

Nel tempo, le case editrici appartenenti alla famiglia Bo-

nelli hanno a più riprese tentato una diversificazione dei prodotti presenti in edicola seguendo due direttive principali di evoluzione. Da un lato, hanno costantemente declinato l'avventura, quasi sempre di impianto western, su modelli del racconto differenti: nel 1961 con la presenza massiccia di fantascienza e horror in «Zagor»; nel 1967 con la ricostruzione storica di «Storia del West»; nel 1975 con l'antieroisimo ostentato da «Mister No»; nel 1977 con l'attenzione sociale presente in «Ken Parker»; nel 1982 con l'indagine fantastica di «Martin Mystère»; nel 1984 con la soap opera di «Bella e Bronco». Dall'altro hanno tentato strade inusuali e di rottura rispetto a una lunga tradizione editoriale: negli anni cinquanta con il formato «bonelliano» che si sostituiva agli albi a striscia; negli anni settanta con il grande formato e la cura grafica della serie «I protagonisti» e con la collana da libreria «Un uomo un'avventura», dedicata ai maestri del fumetto italiano; negli anni ottanta con l'etichetta Bonelli/Dargaud, con l'acquisizione delle riviste «Pilot» e «Orient Express» e con il contenitore di trend e narrazioni «Tic».

Dopo il successo di «Dylan Dog» (1986) e di «Nathan Never» (1991), la casa editrice milanese ha iniziato a lanciare con sistematicità nuove collane dedicandosi ai generi più disparati e dando ad altri editori l'illusione che il segmento di prodotto non fosse ancora saturo. Da quel momento sono apparse in edicola diverse collane, spesso effimere.

Recentemente, Bonelli è stato costretto a chiudere alcune testate (tra queste anche la storica «Mister No») o a diradarne la periodicità (è il caso di «Martin Mystère»), per la difficoltà di mantenerle in attivo. Interessante è osservare che altri editori sono riusciti a ottenere una presenza stabile e duratura in edicola con albi di formato «bonelliano» (è il caso di «Lazarus Ledd» della Star Comics, uscito dal 1992 al 2006, e di «John Doe» dell'Eura, dal 2002). È altrettanto interessante osservare che alcune delle testate chiuse da Bonelli sono state riprese da altri editori in albi che ristampano gli episodi (l'etichetta più attiva in tal senso è Edizioni IF) o proseguono le saghe (esemplare il caso di «Johnatan Steele», passato da Bonelli a Star Comics, in virtù di un punto di pareggio reso più basso dai minori compensi agli autori).

In questo contesto mutato, Bonelli cerca di mantenere la

propria presenza sul mercato con tre piccole innovazioni: miniserie che ospitano, per un numero predefinito di albi, le avventure di un eroe (come «Gea», «Brad Barron» o l'annunciato «Volto Nascosto»); albi a colori sempre più frequenti (tradizionalmente a colori erano le uscite numerate con un multiplo di cento, oggi si festeggiano anniversari e occasioni particolari e la recente «Dylan Dog Color Fest» è una testata annuale specificamente dedicata alle storie a colori); proposta di storie lunghe e autoconclusive (la collana «Romanzi a fumetti», esordita con *Dragonero* nel 2007).

Altro formato massicciamente presente in edicola è quello dell'albo spillato a colori, tipicamente associabile al fumetto seriale statunitense. Due sono le ditte maggiormente presenti: Panini/Marvel Italia con il parco testate dei supereroi Marvel (Uomo Ragno, Fantastici Quattro, X-Men, Hulk, Devil...), e Planeta/De Agostini con i supereroi Dc (Superman, Batman, Flash, Lanterna Verde...). Notevole che la diffusione e l'interesse per il fumetto giapponese negli Usa abbia portato a una generazione di autori influenzati – nel segno, nel montaggio e nella gestione dei ritmi narrativi – dal manga.

Inoltre, con un formato molto simile a quello degli albi dei supereroi, ma solo raramente accostate a essi nell'esposizione dagli edicolanti, sono apparse, come abbiamo visto, alcune nuove pubblicazioni Disney evidentemente influenzate tanto dai *comic books* quanto dai manga. A esse si sono rapidamente affiancati, emuli (anche in questo caso con fortune discontinue), prodotti da altre etichette. L'esempio più evidente è «Winx club», progetto multicanale della Rainbow di Iginio Straffi, apparso poco dopo «Witch» e a quest'ultima così simile da aver suscitato il sospetto di plagio. Il progetto «Winx», con i suoi cartoni animati, i suoi fumetti (editi da Tridimensional) e le sue bambole (che nel corso del 2006 hanno superato in Italia, per volume di vendita, Barbie della Mattel, prodotto leader fino a quel momento), è divenuto in breve la testa di ponte della Rainbow, che, grazie a esso, si prefigge la quotazione in borsa in tempi brevi, ripromettendosi di diventare la «Disney europea».

Anche il numero delle riviste antologiche si è assottigliato sensibilmente. Nello spazio, un tempo assai popoloso, dedicato alle pub-

blicazioni di fumetto autoriale sono rimaste solo «Linus», con la quale, nel 1965, Giovanni Gandini aveva inventato un nuovo modo di guardare al medium, e «Blue», bimestrale dedicato al fumetto erotico.

A ricordarci che un tempo esistevano numerosi albi antologici più scopertamente popolari, solo «Skorpio» e «Lancio-story» sopravvivono senza rivali e senza i picchi narrativi dei primi decenni di vita, legati all'enorme bacino del fumetto argentino.

I tascabili, che dagli anni sessanta erano stati il contenitore preferenziale per narrazioni prima nere e poi erotiche, sono praticamente scomparsi, lasciando «Diabolik», il primogenito, a presidiare lo spazio. Vengono però serializzati in formato analogo i manga. Diverse case editrici (le principali sono Star Comics e Panini) si contendono il segmento che sembra oggi quello capace di maggiori guizzi. Infatti, guardando periodicamente le edicole, si osserva come, ogni mese, appaiano e scompaiano diverse testate. E questo avviene solo in parte per le fisiologiche chiusure di serie in perdita: a garantire il continuo mutare è, soprattutto, la formula del manga che vede sempre una forte relazione tra l'opera e l'autore (anche quando si circonda di assistenti) e che, pur permettendo l'esistenza di saghe lunghe (la popolare «Dragon Ball» di Akira Toriyama si compone di 42 volumi, diluiti in 62 uscite nella prima edizione italiana), prevede che tutte le serie, prima o poi, giungano al capolinea.

Il fumetto nel quotidiano

La più evidente delle trasformazioni che hanno colpito il modello di commercializzazione del fumetto si è sviluppata in allegato ai quotidiani. Sebbene il numero di copie vendute si stia riducendo progressivamente per tutti gli editori, la strenua battaglia su supplementi e allegati condotta dai periodici di informazione ha infatti coinvolto anche il fumetto.

Dopo aver offerto collane di libri, dischi e film, dal 2003 «la Repubblica» ha iniziato ad allegare al quotidiano (con supplemento di spesa contenuto) i volumi della collana «I classici del fu-

metto». Il buon esito dell'iniziativa ha indotto il quotidiano e i suoi concorrenti più o meno diretti a guardare con attenzione al fumetto e, in pochi anni, le collane dedicate a personaggi, autori, generi e tendenze si sono intensificate e diversificate. In mezzo a cicli di volumi sugli eroi Bonelli, Diabolik, Alan Ford, i personaggi Disney e i più diversi supereroi, è stato possibile assistere ad apparenti paradossi quali l'abbinamento delle opere pornoerotiche di Milo Manara alle pagine salmonate del serissimo «Sole 24 ORE», o la stretta successione tra una collana molto raffinata dedicata da «L'Espresso» ai *graphic novel* e, allegata al medesimo settimanale, una ristampa a colori in 50 volumi delle storie del primo «Tex».

E mentre il fumetto in edicola perde copie nonostante sia allegato ai quotidiani, sembra che autori ed editori stiano cercando metodi quasi ingegneristici per cambiare il sistema dall'interno.

Ma il fumetto è già cambiato, ed è impossibile ormai non essersene accorti.

Trasformazioni

Come ben evidenziava la mostra «Fumetto International», tenuta alla Triennale di Milano nell'estate del 2006, due sono state le tendenze che, con maggiore evidenza, hanno caratterizzato l'evolvere del fumetto negli ultimi anni. La prima è stata l'ondata asiatica che, approfittando dei modelli narrativi e visuali acquisiti da generazioni di teleutenti sedotti dalla sterminata produzione nipponica di cartoni animati, si è manifestata con un'enorme massa di manga nei chioschi e nelle librerie e con le pagine di fumetti non giapponesi realizzati da autori che su quei segni e quei modelli hanno formato sguardo e sensibilità narrativa. La seconda tendenza è stato il *graphic novel*, il libro a fumetti solitamente dedicato a un'unica storia lunga, che, con il suo nome nobile che fonde grafica e letteratura, conquista sempre maggiore spazio nelle librerie tanto statunitensi quanto italiane.

Il terreno fertile su cui queste due direttive di sviluppo sono riuscite ad affondare le radici è costituito dalla rete delle fumetterie, negozi specializzati che, dall'inizio degli anni novanta, hanno aperto capillarmente lungo tutta la penisola. Le fumetterie hanno

reso possibile la nascita di diverse etichette editoriali dedite al fumetto che hanno potuto approfittare di una specifica distribuzione, capace di garantire visibilità a prodotti diversi e non necessariamente *mainstream*.

Le più sensibili e attente tra queste case editrici hanno tentato di portare il fumetto nelle librerie di varia. Così è stato per l'effimera Rasputin! di Milano, nata nel 1998 con quel preciso obiettivo e sommersa dai debiti dopo appena sei libri, e per le bolognesi Kappa Edizioni (nelle fumetterie dal 1998) e Coconino Press (dal 2000), ancora in attività. Quest'ultima in particolare, facendo leva su un catalogo costruito su alcuni dei più importanti autori di «romanzi a fumetti», è riuscita a indurre i librai a dedicarle sempre più spazio.

L'apertura del varco nelle librerie italiane è stata pungolata dal crescente *battage* del *graphic novel* negli Usa, dove lo spazio dedicato a quel segmento merceologico è estremamente interessante e proficuo e dove le pubblicazioni più attente alle tendenze letterarie (tra queste la rivista letteraria di tendenza «McSweeney's Quarterly Concern», il trade magazine «Publishers Weekly» e il supplemento del «New York Times») dedicano sempre maggiore spazio alle singole opere e al fenomeno.

Notevole il numero di editori che, in Italia, si stanno innestando nel segmento, dedicando al *graphic novel* collane specifiche. Si tratta sia di etichette specializzate in fumetti, magari con una precedente vita limitata agli espositori delle fumetterie (come Black Velvet, Edizioni BD, Lizard, Hazard...) sia di editori con un catalogo letterario e saggistico molto variegato (come Mondadori, Rizzoli, Einaudi, Baldini Castoldi Dalai, Sperling & Kupfer e, in seguito, Guanda e Minimum Fax).

Derive e tangenti

Nel fumetto, così come in qualsiasi altro mezzo espressivo, gran parte delle evoluzioni di rilievo è sempre avvenuta al di fuori dei formati dominanti (o lateralmente a essi). In un momento in cui il *graphic novel* – formato che ha reso possibile fumetti come *Maus* di Art Spiegelman, *Palestina* di Joe Sacco, *L'autoroute du soleil* di Baru e *S* di Gipi – è divenuto l'unico fenomeno cui la grancassa

mediatica pare disposta a riservare attenzione, appare evidente che abbia assunto la conformazione del formato dominante. Il romanzo a fumetti, il libro con dentro un'unica storia lunga, si è ormai tradotto in un vincolo che costringe molti autori che non hanno quella misura nelle proprie corde o che non hanno abbastanza materiale (narrativo, iconico, emotivo), a dilungarsi per pagine e pagine ripetendo e diluendo se stessi, inseguendo un racconto inconsistente o inesistente.

È ipotizzabile, allora, che i prossimi fumetti importanti dovranno essere cercati anche altrove. Mantenendo un'attenzione costante ai formati tipici delle edicole e delle librerie, si dovrà guardare con sempre maggiore insistenza alle autoproduzioni, ai microeditori, ai blog e ai progetti di distribuzione di fumetto via Internet.

COMPRA TI IN EDICOLA
Una Pimpa
per le bimbe
di Maria Sofia Petruzzi

Creata da Altan nel 1975 per la figlia Chicca, la Pimpa è uno dei primi fumetti nostrani per l'infanzia ad adottare una prospettiva bambinocentrica. La realtà è vista dagli occhi di un'intraprendente cagnetta a pois rossi, il cui estro fantastico si diverte ad animare ogni essere o oggetto dell'ambiente circostante. Quello di Pimpa non è un gioco gratuito proiettato verso l'evasione, ma un itinerario conoscitivo, teso alla scoperta del mondo e alla ricerca delle relazioni con gli altri. Del resto Pimpa non è sola, non solo perché sa farsi molti amici ma perché sa di avere un papà pigro eppure comprensivo e giocherellone, pronto ad accoglierla alla fine di ogni avventura.

Altan è l'autore di personaggi beffardi e ironici come Trino e Cipputi, è il noto vignettista satirico collaboratore di riviste e quotidiani ma è anche il «papà» della Pimpa, la tenera cagnolina a pois creata nel 1975 per la figlia Chicca. Anzi, per una fascia di lettori è soprattutto il creatore della Pimpa: ci si riferisce al pubblico dei più piccoli, delle generazioni di bambine e bambini che da un trentennio prediligono le storie colorate e divertenti della cagnolina e, in sua compagnia, muovono i primi passi nel mondo del fumetto e forse anche della lettura.

Dal 1975 in poi la carriera della Pimpa è stata segnata da un successo costante e, a quanto pare dai dati editoriali, tuttora in crescita. Apparsa per la prima volta sul «Corriere dei piccoli», la Pimpa ha conquistato un ruolo di primo piano nel mondo del fumetto per bambini, sino a diventare la protagonista di un periodico a lei dedicato, che, nato nel 1987, pubblicato dal 1994 da Franco Panini Ragazzi, è ancora oggi distribuito nelle edicole.

Di più: il personaggio ha sfondato il campo del fumetto, adattandosi a canali molteplici: dal giornalino al libro illustrato, dal cartone animato televisivo al cd rom, passando anche attraverso il teatro e il circo.

Oggi il catalogo della Franco Panini intitola al personaggio della Pimpa un repertorio di proposte assai ricco e variegato: non solo il già citato periodico ma anche libri di vario formato, brossurati e cartonati, albi da colorare, pubblicazioni didattiche, libro-gioco e giochi veri e propri (puzzle, cassette e memory). A partire dal 1982 Altan ha lavorato, inoltre, a una serie di 26 filmati di animazione di cinque minuti con il personaggio della Pimpa. La serie, prodotta dalla Rai, ha segnato l'esordio televisivo della Pimpa ed è stata seguita, più di un decennio dopo, da una ulteriore serie di produzione italo-spagnola, che, acquistata da altre televisioni di paesi europei ed extraeuropei, ha aperto la strada al successo internazionale del personaggio.

Camaleontica e reversibile in vari circuiti comunicativi, la Pimpa non ha dimostrato preferenze esclusive per il piccolo schermo, dalla tv al pc: ha ispirato spettacoli teatrali e anche uno spettacolo circense, allestito, in collaborazione con il Teatro dell'Archivolta di Genova, per festeggiare il suo trentesimo compleanno nel 2005. Nello stesso anno Pimpa viene eletta personaggio dell'anno all'edizione del premio Andersen – Il mondo dell'infanzia, a suggello di una serie di altri riconoscimenti.

E, tra tale varietà di proposte e successi, resiste, anzi persiste e cresce la fortuna del giornalino che, come suggerisce l'editore, ha oggi una tiratura di 60mila copie senza pubblicità alcuna: segno che la Pimpa è, soprattutto, un fumetto riuscito, forse l'unico fumetto nostrano per la prima infanzia capace di tener testa agli eroi disneyani.

Del resto, alla metà degli anni settanta, quando la cagnolina venne alla luce, il panorama italiano delle proposte editoriali specifiche per il pubblico infantile di età prescolare, target privilegiato della Pimpa, era poco vario anche nel settore del fumetto. Le storie avventurose o le *comic strips* si rivolgevano prevalentemente a un pubblico infantile di età scolare o addirittura adolescenziale e solo il mondo degli eroi disneyani risultava, se non specificamente mirato, almeno accessibile al pubblico dei più piccoli. D'altra parte, agli inizi degli anni settanta erano da poco cadute, nel nostro paese, le riserve che scrittori per l'infanzia, pedagogisti ed educatori avanzavano nei confronti dei fumetti e cominciava a farsi stra-

da faticosamente la tendenza a valorizzarne le potenzialità pedagogiche e didattiche.

Ideata quasi per caso e al di fuori di intenti pedagogici programmatici, la Pimpa appare subito protesa in avanti rispetto a tali timide aperture; si presenta, infatti, connotata da tratti di originalità spiccata. Innanzi tutto è un personaggio femminile. Non un cucciolo o un cane ma una cagnolina. Una volta tanto, nel mondo degli eroi di carta il personaggio femminile non funge da spalla ma assurge al rango di protagonista. Come si conviene ai personaggi fiabeschi e delle storie disegnate, la Pimpa non ha una vera famiglia, è una trovatella: ma ha la fortuna di imbattersi subito in un padrone affettuoso, una sorta di «papà»: ecco Armando, anche lui non un eroe ma un simpatico *everyman*, un impiegato pigro e pacifico di mezza età.

Al centro delle storie, quindi, campeggia non una coppia di coetanei e neppure una comunità di personaggi umani o animaleschi ma una coppia insolita, una specie di padre e una quasi-figlia. Naturalmente il motore dell'avventura consiste quasi sempre nell'iniziativa intraprendente ed estrosa della cagnolina che decide gite al mare o in campagna, viaggi spettacolari, passeggiate nel bosco ma dà anche vita, talvolta, a giochi fantasiosi e trovate stravaganti tra le mura domestiche. Armando qualche volta le fa compagnia ma più spesso preferisce sonnecchiare sulla poltrona o è costretto a uscire per assolvere le mansioni quotidiane, lasciando il campo d'azione libero alle trovate della vispa cagnetta. Torna, però, a farsi vedere nella vignetta finale quando interviene immancabilmente a commentare, con ironia complice e sorridente, le imprese della Pimpa. Se tale chiusa topica assicura la presenza garbatamente discreta, non invadente ma vigile del punto di vista adulto, nulla toglie, tuttavia, alla portata innovativa del personaggio. La Pimpa è uno dei primi fumetti dalla parte dei bambini o, meglio ancora, delle bambine. Spicca, infatti, a connotare in modo inequivocabile il mondo della Pimpa l'adozione costante di una prospettiva «dal basso».

La visione del mondo circostante è restituita al piccolo lettore attraverso gli occhi della cagnolina, cioè attraverso l'ottica fervidamente fantasiosa di una protagonista vicina alla mentalità dei più piccoli. In questo senso la Pimpa è il fumetto più prossimo alla

linea dell'antipedagogismo seguita dalla più recente letteratura per l'infanzia, tanto più ardita nel seguire tale orientamento quanto più cerca di appellarsi alla curiosità e all'immaginario dei piccolissimi. Lo testimonia l'aspetto comunemente indicato come qualificante dell'universo di Pimpa: la tendenza all'animazione di ambienti e oggetti, non solo animali, piante, frutti e fiori ma anche utensili quotidiani, dai mobili alla sveglia alle pentole e alla varia suppellettile domestica. Tutto prende vita, si muove e parla nel mondo di Pimpa. Del resto Altan ha in più occasioni dichiarato, a proposito della genesi del personaggio, di aver voluto imitare il modo di pensare e di disegnare proprio dei bambini piccoli.

Le scelte grafiche, dal tratto al colore, risultano, infatti, coerenti con la visuale adottata. I colori, per esempio, sono brillanti e piatti, stesi senza tessiture o retinature, nonché spesso connotati in senso più espressivo che realistico: lo dimostra, prima di tutto, lo stesso ritratto della protagonista, straordinario esemplare di cucciolo bianco a pois rossi. Netta è inoltre la predilezione per le linee curve, piatte ma ingrossate per far risaltare la nitidezza delle immagini, in evidente sintonia con il tratto tipico del disegno infantile. Così l'universo della Pimpa si configura come un mondo senza sfumature e senza spigoli, dalle forme morbide e tondeggianti. Certo, nel trentennio di vita il fumetto ha, inevitabilmente, conosciuto un'evoluzione grafica: la Pimpa e Armando sono cambiati, si sono entrambi raggentiliti. La Pimpa si è anche rimpicciolita e il suo padrone ha attenuato i tratti grotteschi che lo facevano assomigliare ai personaggi panciuti e nasuti delle vignette satiriche di Altan, assumendo un aspetto più rotondo e rassicurante.

Eppure il disegno della Pimpa ha mantenuto costanti i tratti inconfondibili della matita che lo ha creato: il cromatismo acceso e l'accuratezza della raffigurazione dei personaggi, soprattutto degli animali e degli oggetti parlanti, risalta sulla semplicità del quadro d'insieme. La Pimpa si regge così su un equilibrio complesso tra la pittoricità raffinata dell'illustrazione e l'adozione delle tecniche di semplificazione grafica tipiche del fumetto, con effetto di smorzamento reciproco di entrambi i codici. Così lo sfondo è ridotto all'essenziale, affidato a una visuale prospettica appena accennata ma a volte contraddetta dalla sproporzione con cui sono raffigurati alcuni particolari.

Gli espedienti di sintesi tipici del linguaggio fumettistico, dalle linee cinetiche alle onomatopee, sono ridotti al minimo, mentre risalta il rilievo icastico dei mille protagonisti del magico mondo animato della Pimpa. In più all'estro fantasioso del racconto fa da contrappunto l'organizzazione pulita e ordinata della tavola a struttura ortogonale, che di solito si compone di una triade di strisce bipartite in due vignette dal formato rettangolare piuttosto ampio e dalle linee di confine ben marcate dalla spaziatura bianca. Ne risulta una configurazione armoniosa del ritmo grafico, appena variato a volte dalla fusione delle due vignette centrali in un unico riquadro. La composizione della pagina appare governata da criteri di chiarezza e nitidezza, consoni alla rappresentazione della trama semplice e lineare delle storie ma anche funzionali all'impatto visivo delle singole vignette.

Il dinamismo del racconto, affidato al ritmo incalzante delle singolari iniziative della cagnolina e supportato bene dall'assenza di didascalie e dalle battute brevi ed essenziali dei *balloons*, ne riceve un correttivo equilibrante. Ecco che le storie della Pimpa sono racconti belli da leggere, da farsi leggere ma anche da guardare. E, peraltro, le scelte grafiche risultano qualificanti anche sul piano dei significati: la Pimpa conferma la fisionomia di personaggio vivace e intraprendente ma distante dall'ipercinesia scatenata di alcuni bambini terribili dei *comic books* più recenti.

La Pimpa ama il movimento ma lo utilizza anche per esplorare il mondo che la circonda e animarlo secondo l'estro fantasioso che la caratterizza.

Lo schema narrativo delle vicende è assai semplice, si dipana sulle tracce delle sortite quotidiane o del girovagare per la casa della cagnetta, occasioni immancabili per gli incontri con i vari personaggi del mondo magico che si anima alla sua presenza. L'impianto che sta alla base di ogni avventura è, dunque, un rapporto di coppia, la Pimpa e un personaggio-spalla, spesso diverso da una storia all'altra, ma disponibile a sostenere la cagnetta in avvenimenti dallo sviluppo paradossale e talvolta surreale.

Ma se col tempo, di storia in storia, si è costituito un folto gruppo degli amici di Pimpa, dalla gatta Rosita al cane Gianni a Colombino, il personaggio non può dirsi inserito in una comunità coesa. Emblematica rappresentante dell'egocentrismo tipico della

prima infanzia, la Pimpa è piuttosto incline a un atteggiamento individualistico sì ma estroverso, rivolto alla continua ricerca di relazioni e di scambi di esperienze. D'altronde il mondo degli amici di Pimpa non è una vera comunità di eroi di carta, come quella per intendersi dei paperi disneyani, anche perché non si identifica in uno spazio definito. Non esiste, infatti, una vera Pimpopoli, tanto più che la Pimpa non è neppure un personaggio urbano: anzi, vive con Armando in una casa di campagna limitrofa a una non ben identificata città che, qualche volta, può anche divenire il teatro delle sue avventure.

Lo spazio della natura le è, però, più congeniale: non per nulla quello della Pimpa è tutt'altro che un universo ipertecnologico. I più comuni oggetti simbolo della modernità non sono ignorati, a smentire ogni rimpianto per l'idillio rurale o per evasioni naturaliste: sveglie, automobili, telefoni, elettrodomestici vari sono sottoposti, come gli elementi naturali, al gioco magico dell'animazione.

Scarsamente presenti all'appello, tuttavia, computer, modem e cellulari, mentre lo stesso televisore si anima alla stregua della restante mobilia della casa di Armando. Nemmeno un flirt col mondo della telematica, nemmeno un accenno alla dimensione virtuale. L'universo della Pimpa è, tutto sommato, ancora quello dell'Italia degli anni settanta-ottanta: riproduce l'habitat in cui sono cresciuti e si sono formati i suoi primi lettori, gli attuali trentenni. Eppure coinvolge ancora i bambini di oggi, pur rinunciando alle icone di quella realtà telematica o robotica considerata solitamente componente indispensabile anche dell'immaginario dei più piccoli. Segno che i meccanismi di immedesimazione attivati dalla Pimpa agiscono a prescindere da tali aspetti e si avvalgono, invece, di modalità apparentemente semplici ma per nulla scontate, anzi articolate e complesse. Pur narrando di viaggi fantasiosi e vicende stravaganti, le storie della cagnolina prendono, però, le distanze da una sollecitazione aperta all'evasione sognante. A spingere Pimpa all'avventura è pur sempre un intento conoscitivo: il desiderio di fare esperienza del mondo, degli ambienti, degli animali e delle cose. L'esplicarsi dell'immaginazione animatrice non è mai un gioco gratuito ma un cammino conoscitivo alla scoperta di sé e degli altri. Non per nulla si tratta di un percorso da condurre attraverso la libertà della dimensione ludica, ma da condividere anche con una

figura genitoriale affidabile. Ecco il ruolo di Armando, cui tocca, come già detto, la gag finale, a commento delle straordinarie avventure che Pimpa gli racconta. Alla prospettiva infantile di Pimpa fa da contrappunto l'ottica del suo padrone, con effetto percepibile di smorzamento del tono. Quello di Armando è l'atteggiamento dell'adulto consapevole ma che sa stare al gioco, mantenendosi un passo indietro dal disincanto.

Così la scena finale di ogni storia della Pimpa sembra ri-proporre ma anche rovesciare l'impianto di tante vignette satiriche di Altan, giocate sullo scambio di battute tra padre e figlio. E tuttavia al sarcasmo cinico e graffiante di un conflitto generazionale insanabile si sostituisce l'ironia sorniona, la capacità di condividere i sogni e le fantasie della prima infanzia senza bamboleggiamenti stucchevoli. All'adulto spetta, dunque, una consapevolezza lucida che non rinuncia alla comprensione affettuosamente partecipe. Di qui la fiducia nella praticabilità di una relazione positiva tra adulto e bambino, complice ma non buonista e soprattutto distante dall'equivoco della confusione di ruoli.

**ADOTTATI A SCUOLA
In Lombardia
non si pensa
con le mani**

di Paolo Giovannetti

Piace davvero poco la riforma dell'istruzione e formazione professionale che il governatore lombardo vorrebbe introdurre nella sua regione. È lontana dalle caratteristiche più interessanti degli odierni assetti culturali, tende a elevare barriere sociali arricchendo istituti non sempre degni di chiamarsi «scuole», costerebbe tanto e renderebbe poco. E, in fondo, non andrebbe a genio nemmeno al vero eroe, oggi, della destra europea. Perché rischierebbe di creare un'organizzazione scolastica secondaria parallela e alternativa a quella dello Stato.

Primo esempio. Da un decennio a questa parte, mi capita di insegnare, in laboratori universitari, una materia quanto mai sfuggente che si tende a chiamare «scrittura»: sia essa professionale e accademica, sia essa (ma meno spesso) creativa. Una delle costanti della mia attività è di natura squisitamente *tecnologica*. Devo spiegare ai miei studenti come si usa un computer. Almeno a una parte di loro sono costretto a fornire nozioni pratiche, praticissime intorno a questioni di hardware e, assai più spesso, di software. Soprattutto il programma di videoscrittura da tutti, o quasi, usato deve essere almeno ogni due lezioni ripreso: come si fa a contare caratteri e parole, come si utilizza il correttore ortografico, in che modo si genera la nota a piè di pagina; ma anche la maniera di impostare paragrafi e interlineature, la differenza fra tondo e corsivo (sic!), e così via. Non di rado devo intervenire per rimediare a piccoli incidenti: recuperando file salvati in luoghi inaccessibili, ripristinando la giusta posizione del tasto «Ins» («Prof, non capisco, quando scrivo mi si cancella il testo!»), ricordando che prima o poi bisogna decidersi a dare un nome al file in uso e a prevederne il salvataggio. Qualche mio collega si scandalizza, si atteggia a moralista, io mi sono rassegnato a fare il babysitter

digitale senza averne alcun titolo: in fondo la cosa non mi costa fatica e mi diverte. Già: ma che tipo di sapere si pratica in questi casi? che cosa insegna esattamente un professore di letteratura italiana cinquantenne quando tura le falle di un'educazione informatica carente? È un umanista o un tecnico?

Secondo esempio. Quello che in Italia viene considerato e spesso venerato come il più grande psicologo dell'educazione vivente, l'americano e splendido novantenne Jerome Bruner, continua a svolgere la propria attività presso una Facoltà che corrisponde alla nostra Giurisprudenza. Ma, e soprattutto, insegna argomenti che in Italia rubricheremmo come Narratologia, se non come Teoria della letteratura o Letterature comparate. Vale a dire, lui come molti altri «letterati» stranieri si trova spesso a professare il cosiddetto *pensiero narrativo* entro curricoli non umanistici, o comunque non tali in senso stretto. Fuori dell'Italia è in effetti normale che si usino competenze e conoscenze mutuare dall'universo del *récit* per spiegare come si fonda l'Io (o il Sé), come viene scritta una legge, in che modo evolve il modo di pensare di una comunità, ma anche per cogliere le trasformazioni dei paradigmi scientifici o di certe rappresentazioni della tecnologia. Di nuovo: che cosa abbiamo di fronte quando parliamo di pensiero narrativo? Ci riferiamo a qualcosa di estetico, scientifico o tecnico?

Ecco, chi invece esaminasse il quadro della società italiana a partire dai dibattiti pubblici, quali emergono attraverso i giornali e il polemismo spicciolo, e soprattutto a partire dalle iniziative della politica, avrebbe l'impressione che tale fusione di orizzonti sia oggi del tutto *inesistente*. Badiamo per il momento soprattutto alla politica. Un primo riferimento viene dal cuore dell'Italia cosiddetta avanzata ed europea. La Regione Lombardia in data 6 agosto 2007 ha approvato una legge (la n. 19) riguardante quello che subito è stato siglato Ifp, vale a dire il sistema (appunto regionale) dell'Istruzione e formazione professionale. L'obiettivo è creare un'organizzazione scolastica, secondaria superiore, parallela e alternativa a quella amministrata dallo Stato, dalla «Pubblica istruzione». Idea ambiziosissima, anche se a ben guardare invero quanto previsto in maniera esplicita dalla cosiddetta riforma Moratti (vale a dire la legge 53/2003) traendone le debite conseguenze al livello specifico di competenza, quello regionale.

Mi spiego. Dopo la discussa riforma nel 2001 del titolo v della Costituzione (nata, si badi, da un'iniziativa del centrosinistra) che attribuisce alle Regioni competenze normative esclusive in determinati ambiti, è in effetti previsto che le Regioni possano governare in modo autonomo l'istruzione professionale. Si è aperto un varco, che il passato governo di centrodestra ha tentato di allargare con l'obiettivo appunto di separare il più possibile l'istruzione professionale dal resto delle secondarie superiori, unificate sotto l'ambiziosa dicitura di «Sistema dei licei». In parole povere: da un lato si voleva sancire la centralità di un modello culturale in ultima analisi classicheggiante, provvedendo a contemperarlo nel modo più indolore con i saperi tecnici (è per esempio sintomatico che dalle ceneri dei passati istituti tecnici sia nato un ambiguo «liceo tecnologico»); dall'altro si voleva creare una scuola precocemente orientata al lavoro, il cui radicamento nelle realtà locali (aziende, laboratori artigianali, scuole professionalizzanti regionali e private per lo più sprovviste di titolo legale ecc.) permettesse un più facile inserimento nel mondo della produzione. Si ritornava così, in qualche modo, allo spirito profondo della primissima riforma Gentile: gli aspetti strettamente meccanici della formazione umana erano espulsi dal campo della «vera» istruzione, quella liceale, e dovevano divenire appannaggio di un settore a parte, quasi totalmente finalizzato alla costruzione di una professionalità praticistica. La scuola morattiana offriva sì la possibilità di rivedere la propria scelta e di passare da un dominio all'altro, ma prevedeva modalità di canalizzazione selettiva fin dai 13 anni (nell'ultimo anno della secondaria inferiore).

Il fatto è che dalla tarda primavera 2006 gli orientamenti del governo di centrosinistra si sono mossi in una direzione molto diversa, e in maniera tutto sommato risoluta. Con il classico escamotage della Legge finanziaria (le riforme da noi si fanno così), è stato finalmente elevato l'obbligo scolastico – adesso si parla però di «obbligo di istruzione» – a 16 anni: in questo modo, è chiaro, si riducono gli spazi di manovra di chi voglia progettare un assetto formativo altro da quello nazionale. Ma, soprattutto, quasi a prendere in contropiede il buon governatore della Lombardia, in data 2 aprile 2007 è stato convertito in legge (la n. 40) il decreto cosiddetto Bersani che all'articolo 13 recita inequivocabilmente: «fanno

parte del sistema dell'istruzione superiore [...] gli istituti tecnici e gli istituti professionali». Si è cercato cioè di «ristatalizzare» – anche in linea di principio – gli istituti professionali. Insomma, il progetto della Regione Lombardia è entrato nel frattempo in rotta di collisione con alcune norme nazionali: al punto che si assiste a un vero e proprio conflitto istituzionale, su cui prima o poi dovrà pronunciarsi la Corte costituzionale (come peraltro è stato richiesto prima dalla stessa Regione Lombardia e poi dal ministro della Pubblica istruzione).

Il quadro in effetti è complesso, e non sempre dalla stampa quotidiana viene illustrato nel modo giusto. Si dimentica per esempio di dire che il dicastero Fioroni ha fatto la scelta (discutibile, ma forse anche comprensibile) di agire in maniera più «pubblica» di quanto non avessero fatto Moratti e Berlusconi: vale a dire di *non* abrogare la legge di riforma della passata maggioranza, ma di cercare di correggerla con provvedimenti specifici; questo, nell'intento di non determinare costosissimi e fastidiosissimi «contrordini», cioè una catena infinita di contro-controriforme che renderebbe quasi impossibile (e incomprensibile) un'attività governativa razionale. E, soprattutto, si dimentica che il *design* dei professionali morattian-formigoniano mira non tanto a sostenere attività sinora confinate nel privato e tuttavia degnissime e da tutti apprezzate (poniamo: le scuole dei salesiani, molti istituti della Regione), ma soprattutto a conferire la patente di «scuola» o «istituto» a una miriade di attività che impartiscono forme di istruzione unicamente pratica, poco più che botteghe prive di ogni spessore culturale. La «sussidiarietà» invocata soprattutto dal cattolicesimo di centrodestra prospetta redenzioni e benedizioni a vantaggio di non-scuole che speculano sugli abbandoni e cercano di vendere qualche straccio di certificazione. Tanto più che l'affare diventa ancor più lucroso nel momento in cui il principio dell'alternanza scuola/lavoro, e simili soluzioni di inserimento precoce «in azienda», consentono di sancire accordi con le imprese, cui si garantisce (gli *stages* sono solo una delle formule previste) una forza lavoro poco qualificata sì, ma a costo zero.

Tuttavia, e appunto, se anche non agissero considerazioni di tipo strettamente politico-sociale, uno sguardo all'attuale, reale assetto dei saperi dovrebbe rendere del tutto inaccettabile il pro-

getto formigoniano. Lo stesso Sarkozy che tanto piace alla destra italiana (e non solo a quella, pare) ha dovuto subito prendere un provvedimento scolastico opposto a quello lombardo: di fronte al fallimento del cosiddetto *apprentissage junior* (che nessuno voleva frequentare) introdotto da appena un anno, ha rinunciato all'abbassamento dell'età a cui si può accedere alle scuole professionali, riportandola da 14 a 16 anni, come in Francia era sempre stato (ricordo che, Moratti regnante, il limite era a 14, ma come detto con un anticipo di fatto a 13).

Una base comune di saperi aperti e intrecciati, capaci di contaminare le sfere della conoscenza che un tempo si definivano opposte, appare l'unico requisito affidabile per una formazione democratica, se non proprio egualitaria (anche se capisco che quest'ultima parola farà storcere il naso a qualcuno). Difficile pensare che alla flessibilità, cui tutti noi lavoratori siamo e saremo chiamati, si possa rispondere in altro modo. A meno che si sia in grado di teorizzare, cinicamente, principi di esclusione sociale: tali per cui (come in Francia in pratica era stato fatto davanti alla rivolta delle *banlieues*, per reagire alla paura che aveva suscitato) si cerchi di dirottare una quota di studenti riottosi e irrecuperabili in scuole «differenziate» o «differenziali» capaci di reintrodurre almeno provvisoriamente un po' di pace sociale. Persino l'attuale sindaco di Milano – da intelligente politico quale era ed è – aveva dovuto prendere le distanze da un pedagogista come Giuseppe Bertagna che la spingeva troppo chiaramente in quella direzione.

Certo. E in questo senso in fondo si potrebbe anche essere blandamente ottimisti. L'istruzione italiana del 2006-2007 è stata meno iniqua di quella precedente, qualche segnale di progresso l'ha dato. Restano, nondimeno, due perplessità. Intanto, il «fuori» della scuola, ciò che la comunità civile chiede all'istituzione, e il conformismo con cui da «dentro» ci si sente in dovere di replicare. Curiosamente: domande e risposte ruotano quasi solo intorno alla «ricostituzione della cultura», e non al suo rinnovamento. Un bene del passato deve essere restaurato, di contro alle malefatte del berlusconismo, al suo elogio del privato e dell'impresa. E, così, il primo esame di maturità (o esame di Stato che dir si voglia) del secondo governo Prodi ci ha restituito il fantasma del padre Dante: nella prova di letteratura italiana, per la seconda volta nel giro di

tre anni il Ministero ha proposto un passo della *Commedia*, optando per un classi(c)ismo davvero riprovevole se si tiene conto che in questo modo circa la metà dei maturandi è stata *esclusa* da tale tipo di scritto (appunto, non in tutte le scuole è affrontato Dante l'ultimo anno delle superiori; laddove un qualsiasi Leopardi o Verga o persino Pirandello avrebbe avuto quasi il 100% dei consensi «di programma»). E, così, quando il 10 luglio 2007 il redivivo ex ministro Luigi Berlinguer ha ripreso sul «manifesto» alcuni dei passati discorsi riformisti, è stato prontamente subissato di critiche da molti professori lettori di quel giornale, sostanzialmente uniti nella difesa della scuola italiana in quanto tale, delle sue nobili tradizioni, compendiate – come tutti sanno – nei valori del gloriosissimo liceo classico.

Infine, e per concludere, resta una perplessità strutturale, che mi riporta all'inizio del discorso. È bello che un Paolo Giovannetti umanistucolo qualunque possa essere il primo docente che seriamente ti spiega come usare un normale *word processor*, uso del tasto «Ins» compreso. Ma se mamma e papà non sono degli intellettuali o dei fan della rete, oppure non hanno abbastanza soldi, sarebbe meglio se l'istruzione pubblica cominciasse presto a dirti che cosa significa sovrascrivere. Per far questo, bisogna che tutte le scuole d'Italia comprino degli strumenti detti computer o calcolatori per metterli a disposizione di tutti, e che il parco macchine si rinnovi continuamente. Taccio del software, delle stampanti e del danno inferto al patrimonio boschivo della Svezia. Poi, ci vuole personale docente preparato – continuamente aggiornato circa i principi tecno-letterari qui in oggetto – e addetti alla manutenzione. Ciò ha un costo, com'è noto. Alto, molto alto. Chi va a dirlo al Padoa-Schioppa di turno?

GLI EDITORI

Cronache editoriali

Il libro italiano non è poi così debole
di Marco Gambaro

Chi guadagna di più con Harry Potter?
di Paola Dubini

L'associazione dell'immateriale
di Dario Moretti

In libreria con le Coop
di Alessandro Terreni

Fuori catalogo e non disponibili,
morti apparenti e desaparecidos
di Laura Cerutti

I diritti negli archivi
di Silvia Stabile e Guido Guerzoni

Dal testo al libro

Scrivere per pubblicare
di Laura Lepri

L'era del Web 2.0. Scorci di scenari futuribili
di Graziano Nani

Le vie della promozione

Festival letterari: cultura o spettacolo?
di Roberto Carnero

Lo spot di un libro
di Tina Porcelli

CRONACHE EDITORIALI

Il libro italiano non è poi così debole

di Marco Gambaro

Contrordine, compagni: non è vero che in Italia si legge molto meno che nel resto d'Europa. Almeno, non è più così vero. Analizzando in modo congiunto le diverse fonti disponibili emerge una situazione variegata, dove la posizione di debolezza della lettura italiana appare più sfumata e collegata a diverse specificità sia della situazione sociale sia dell'articolazione produttiva del nostro paese.

Nell'insieme, un panorama meno distante dal contesto europeo di quanto spesso appaia dalle percezioni poco documentate.

Con una significativa eccezione: da noi non si leggono «libri utili».

Esiste tra gli addetti ai lavori dell'editoria libraria la diffusa percezione di una grande debolezza del libro in Italia rispetto agli altri paesi europei, sia in termini di lettura sia di produzione. Un limitato numero di forti lettori sarebbe responsabile di gran parte degli acquisti di libri, con una domanda sostanzialmente rigida rispetto al prezzo, e gli editori poco potrebbero fare per aumentare i consumi o allargare il bacino dei lettori. Si tratta di un quadro che era ragionevolmente vero negli anni settanta e ottanta, ma che nel frattempo si è trasformato e che continua a evolvere.

Analizzando in modo congiunto le diverse fonti disponibili emerge un panorama più variegato, dove la posizione di debolezza della lettura italiana appare più sfumata e collegata a diverse specificità sia della situazione sociale sia dell'articolazione produttiva del nostro paese.

Per la maggior parte dei paesi per cui sono disponibili delle informazioni il numero di libri acquistati per abitante è di circa 5-6 l'anno. Vi sono valori più bassi come in Portogallo (2,6) e Svezia (3,6) o punte più alte come in Francia (6,9). Considerando nell'insieme l'area europea il valore rimane stabile negli anni e il li-

bro non sembra aver perso terreno a favore di altri prodotti culturali o mezzi d'intrattenimento.

Secondo l'indagine P.I.S.A. (P.I.S.A., *International Adult Literacy and Life Skills Survey*, Oecd, Paris, 2000), che usa *survey* con metodologie simili nei diversi paesi e quindi facilita le comparazioni internazionali, il 16% degli maschi italiani adulti e il 25% delle femmine leggono libri ogni giorno. Il valore è analogo alla Norvegia e alla Finlandia, superiore al Belgio, ma inferiore alla Germania e alla Svizzera.

D'altra parte il fatturato dell'industria libraria per abitante nel 2005 era in Italia di 73 euro, ragionevolmente allineato con i 79 euro della Francia e della Germania ma certo più basso dei 103 euro annui del Regno Unito, dove però va considerata la quotazione della sterlina.

Il reddito e il grado di istruzione sono due tra i fattori più importanti per spiegare il tasso di lettura. A partire dagli anni sessanta in Italia sono cresciuti sia l'uno che l'altro, contribuendo nei decenni successivi a una rincorsa rispetto agli altri paesi europei dei consumi culturali, e tra questi anche della lettura. Infatti tra il 1980 e il 2000 la percentuale di coloro che leggono almeno un libro annuo sul totale della popolazione è cresciuta in Italia di 16 punti rispetto a una sostanziale stabilità della Francia o ai 7 punti della Germania, che partivano da livelli più elevati. Va detto peraltro che non sono disponibili, neppure a livello internazionale, analisi comparate sulle determinanti dei consumi della lettura di libri.

Negli ultimi anni i divari con gli altri paesi europei negli indicatori economici e sociali di base, che contribuivano a determinare il minor livello di lettura italiano, si sono in gran parte colmati, ma nei consumi culturali permane una certa distanza per effetto della grande inerzia che li caratterizza, e della maggiore complessità dell'offerta di prodotti e di mezzi di comunicazione che favorisce una più alta dispersione.

Pertanto il principale indicatore utilizzato nel settore per valutare la domanda, ossia la percentuale di chi legge almeno un libro l'anno, ancora nel 2001 (ultimo anno in cui è disponibile una rilevazione Eurostat comparabile per i vari paesi europei) era più basso in Italia che negli altri paesi europei. Solo il 50% degli italiani leggeva un libro l'anno, rispetto al 59% della Germania, al 75%

del Regno Unito e al 57% della Francia. Tra i grandi paesi solo la Spagna mostra un livello leggermente inferiore. Sebbene negli anni successivi il tasso di lettura italiano sia ulteriormente cresciuto, rimane un certo divario con i paesi europei più avanzati.

Ci sono diversi fattori che possono spiegare il permanere di questa differenza.

Innanzitutto il basso livello di istruzione che ancora caratterizza la popolazione italiana. Solo il 51% degli adulti (25-64 anni) ha almeno un diploma di scuola media superiore contro l'83% in Germania, il 71% nel Regno Unito e il 67% in Francia. Sebbene da almeno tre decenni il tasso di scolarità delle singole coorti di giovani sia sostanzialmente equivalente a quello degli altri paesi europei, permane nello stock di popolazione l'effetto della bassa scolarità protrattasi fino agli anni sessanta. Il dato è confermato da una rilevazione sull'alfabetizzazione condotta dall'Oecd nel 2001, secondo la quale oltre un terzo della popolazione italiana non è in grado di comprendere un facile testo scritto. È l'analfabetismo culturale che colpisce tutti i paesi avanzati, ma che in Italia raggiunge livelli più elevati, addirittura il 52% della popolazione tra i 55 e i 65 anni. Se si considera anche la popolazione italiana al limite dell'illetteratismo risulta che oltre 25 milioni di adulti (pari al 65% del totale) incontrano forti ostacoli culturali al consumo di libri (*L'industria libraria: il mercato italiano a confronto con gli altri grandi mercati europei*, Simmaco Management Consulting, Milano, 2007). Il rapporto tra scolarità e lettura è ben documentato e abbastanza intuitivo. La percentuale di lettori sale sistematicamente al crescere del livello di istruzione sia perché aumentano le capacità di comprensione dei testi, sia perché l'accumulo delle letture passate favorisce i nuovi consumi, sia probabilmente per gli effetti indiretti della complessità delle attività professionali.

In Francia la percentuale di lettura per le persone con scarsa scolarità è del 62% e cresce fino al 93% per le persone laureate. Lo stesso accade in Italia dove ai bassi livelli di scolarità corrisponde un livello di lettura del 32% che sale fino all'83% per i laureati (Canoy, van Ours, van der Ploeg, 2005 *The economics of books*, Cesifo Working Paper N.1414, 2005).

Se si prende come riferimento la condizione socioprofessionale, la distanza con gli altri paesi sembra accentuarsi. Tra i pro-

fessionisti e i dirigenti italiani solo il 46% sono lettori, contro una percentuale dell'87% per la Francia.

Il fatto si collega a una seconda possibile spiegazione della minor diffusione dei libri in Italia.

Se si esaminano le motivazioni della lettura si vede come la percentuale dei lettori per svago (42% degli adulti con almeno un libro in un anno) sia sostanzialmente analoga a quella degli altri grandi paesi europei. È superiore alla Francia (40%), alla Spagna (39%), alla Germania (40%) e inferiore alla sola Gran Bretagna (75%). Nella fruizione di narrativa e di saggistica *leggera* in Italia non si legge meno che in altri paesi.

Quello che realmente differenzia il tasso di lettura italiana dai paesi a maggiore intensità libraria è lo scarso numero di lettori di «libri utili», per usare la classificazione di Eurobarometro. Appena il 16% contro il 36% della Germania, il 27% della Francia e il 36% del Regno Unito. Sono compresi in questo gruppo i libri che servono per la formazione professionale, i libri di ausilio al lavoro e la manualistica per il tempo libero, esclusi i libri scolastici.

Il fenomeno viene confermato, attraverso un altro percorso, dalla rilevazione del Censis (2006) sul genere di libri acquistati nei diversi paesi europei. Il peso dei classici o della letteratura contemporanea è simile in Italia e negli altri grandi paesi europei, mentre appare nettamente inferiore il peso di manuali per il tempo libero, guide turistiche e libri di scienza e tecnologia, che complessivamente hanno una penetrazione del 9% in Italia, ma del 56% in Germania, del 46% nel Regno Unito e del 42% in Francia. Anche l'incidenza della categoria libri di storia e biografie è in Italia meno della metà rispetto agli altri paesi considerati.

I processi di globalizzazione culturale non sembrano aver prodotto una significativa omogeneizzazione nei *pattern* di consumo dei libri in Europa anche tra paesi vicini come l'Italia o la Francia. In particolare, in Italia sembra prevalere una concezione tradizionale del libro come intrattenimento culturale «alto», mentre stenta a diffondersi l'idea che possa essere anche un mezzo attraverso cui acquisire informazioni utili per il tempo libero e lo sviluppo professionale.

I libri cosiddetti utili comprendono naturalmente categorie molto diverse, con molteplici ragioni che spiegano il minor consu-

mo. Per esempio per quel che riguarda i libri scientifici gioca un ruolo rilevante la scarsa diffusione della cultura scientifica come infrastruttura di base dell'integrazione e partecipazione culturale, così come un malcelato orientamento antiscientifico della cultura umanistica italiana; mentre naturalmente la stessa ragione non vale per le guide di viaggio, la cui minore diffusione è probabilmente collegata al prevalere nei consumi turistici dei viaggi organizzati.

Una ragione importante per la minore diffusione dei libri utili potrebbe essere collegata anche alla diversa struttura dell'industria italiana, dove prevale la piccola impresa con relazioni informali e processi lavorativi meno strutturati e minori funzioni di monitoraggio e coordinamento, come pure alla specializzazione settoriale italiana, legata a settori tradizionali quali il tessile o l'alimentare dove l'intensità della conoscenza nei processi produttivi risulta più contenuta che in settori industriali più avanzati.

Come si è visto all'inizio, la distanza che permane con gli altri paesi nella lettura di libri non è invece presente quando si considerino i volumi di acquisto e la dimensione dell'industria libraria. Anche se servirebbero analisi più accurate sul prezzo dei libri, la spesa pro capite in Italia è analoga agli altri paesi e considerando il minor numero di acquirenti di libri la spesa effettiva di coloro che acquistano effettivamente libri è addirittura più elevata.

Per contro, rimane un leggero deficit nella lettura. Vi è quindi una distanza tra l'acquisto di libri e la loro lettura. Le spiegazioni di questo fenomeno scontano il fatto che a differenza di altri beni di consumo i libri si conservano e si prestano: servirebbero dati *panel* sugli stessi consumatori per analizzare in dettaglio i comportamenti di consumo.

Due fenomeni potrebbero però spiegare questa situazione. In primo luogo la crescita delle vendite negli ultimi cinque anni è dovuta in una quota non marginale ai libri allegati ai quotidiani, che rappresentano il 15% delle vendite in valore e circa un terzo del numero di libri venduti. Una parte di questi acquisti potrebbe essere destinata a riempire la dotazione di base delle biblioteche e non genera atti di lettura immediati. Le ragioni dell'acquisto potrebbero essere ricondotte all'occasione del prezzo basso, alle recensioni del quotidiano cui sono allegati o alla spinta a completare la collezione.

Il secondo fattore che può spiegare la distanza tra acquisto di libri e lettura è la mancanza di un forte sistema bibliotecario, che nei paesi del Nord Europa risulta un elemento potente nel favorire la diffusione della lettura (Kovac, Sebart, *Books, Reading and Book Usage in European Union*, «Publishing Research Quarterly», 2006, vol. 22, n. 2, pp. 55-63). In Gran Bretagna il totale dei libri letti risulta quasi doppio che in Italia, nonostante la vendita dei libri sia superiore solo del 50%. Un sistema bibliotecario pubblico capillare e orientato all'utente è in grado di favorire la lettura sia fornendo i libri che diffondendo informazioni sulle possibili scelte. Mentre il ruolo delle biblioteche nella promozione della lettura risulta marcatamente positivo, l'effetto sul fatturato dell'industria editoriale è più ambiguo. Da un lato infatti le biblioteche favoriscono la diffusione della lettura e coltivano i nuovi clienti degli editori, ma d'altra parte potrebbe esserci un effetto di sostituzione tra i prestiti e le vendite di libri. I dati che da un paio di decenni vengono raccolti in Europa renderebbero possibili analisi più consistenti, ma purtroppo anche il dibattito recente sull'introduzione della remunerazione agli editori per i prestiti, che si basa sull'ipotesi della sostituzione, non è stato sostenuto da ricerche solide.

I forti lettori non hanno in Italia un peso significativamente diverso da quello che hanno negli altri paesi europei e comunque la loro incidenza si è notevolmente ridotta, sia pure con una leggera inversione di tendenza negli ultimi dieci anni.

Nel 1973 effettivamente i grandi lettori (quelli che «consumavano» oltre 11 libri l'anno) realizzavano da soli circa metà della lettura complessiva, e probabilmente anche dell'acquisto. Trent'anni più tardi la loro quota sul totale dei lettori era scesa dal 18% al 14% e rappresentava complessivamente solo un terzo dei consumi. Nel lungo periodo si è ridotta la polarizzazione, che caratterizza spesso i mercati culturali nella fase della loro costituzione, con una riduzione del numero e del peso sia dei lettori deboli sia dei lettori forti a favore del segmento intermedio. Coloro che leggono da 4 a 11 libri l'anno erano circa un quarto dei lettori nel 1973 e realizzavano circa un quarto degli atti di lettura complessivi, mentre nel 2005 sono diventati il 38% del numero di lettori e rappresentano oltre metà dei consumi complessivi.

Ricorrendo ai dati Eurobarometer del 2001 è possibile confrontare la situazione italiana con quella degli altri paesi europei, utilizzando una metodologia omogenea. Risulta che i forti lettori, quelli che leggono oltre 11 libri l'anno, sono il 14% dei lettori italiani, contro il 19% della media degli altri paesi europei, e realizzano un terzo degli atti di lettura contro il 42% della media europea. Regno Unito e Francia mostrano un peso dei grandi lettori sui consumi nettamente superiore a quello italiano.

Nell'insieme dunque emerge un panorama della lettura meno distante dal contesto europeo di quanto spesso appaia dalle percezioni poco documentate. Sarebbe utile che le riflessioni sulle dinamiche di mercato e sulle politiche possibili di sostegno e promozioni della lettura partissero da una conoscenza più approfondita del contesto internazionale e da un'analisi più puntuale delle determinanti e delle trasformazioni della domanda di libri.

CRONACHE EDITORIALI Chi guadagna di più con Harry Potter?

di Paola Dubini

La saga del maghetto con gli occhiali tondi, giunto ormai alla settima e ultima avventura, non è soltanto uno dei maggiori fenomeni editoriali di tutti i tempi: è anche un modello di business complesso che progressivamente coinvolge tutti gli anelli della filiera nella strategia di lancio. Autrice, editore, lettori, distributori, biblioteche diventano protagonisti di un vero successo planetario (tradotto in ben 66 lingue) da centinaia di milioni di copie, potenzialmente capace di durevoli ricadute positive per l'intero settore. A patto che gli acquirenti si trasformino – per magia? – in lettori.

Siamo arrivati in fondo: è uscito in Inghilterra e negli Usa il settimo e ultimo volume della saga di Harry Potter, largamente atteso, anticipato in rete, ampiamente festeggiato e piratato all'uscita, ovviamente in cima alle classifiche di vendita, anche in Italia. Il «New York Times» del 24 luglio 2007 lo definisce «Uno dei fenomeni editoriali più di successo di tutti i tempi, che ha trasformato milioni di ragazzi in avidi lettori»; qui interessa studiarlo dal punto di vista economico, poiché – nato per caso – è diventato un modello di business sul quale vale la pena riflettere per il giro d'affari che genera e per l'impatto sull'intero settore editoriale.

All'uscita del settimo volume, gli altri titoli della serie avevano venduto 121,5 milioni di copie negli Usa e oltre 350 milioni di copie in 66 lingue nel mondo, e avevano dato vita a diversi prodotti derivati, a partire da una serie cinematografica di grande successo.

Il settimo volume è stato messo in vendita alla mezzanotte di venerdì 20 luglio in tutti i paesi di lingua inglese, durante una festa in costume organizzata in moltissime librerie. L'eccitazione all'uscita è stata paragonata dal presidente di Scholastic, la casa editrice di Harry Potter negli Usa, a quella che aveva salutato l'arrivo dei Beatles.

È interessante la strategia di lancio seguita dai diversi attori: un fenomeno editoriale nasce per caso, ma cresce come fenomeno globale solo attraverso la costruzione di una strategia di lancio, sviluppata su Harry Potter a partire dal quarto titolo della serie, che coinvolge tutti gli anelli della filiera.

L'autore. La leggenda vuole che la signora Rowling – divorziata, con una bambina, e con grandi difficoltà economiche – abbia concepito l'intera opera nel 1990 durante un viaggio in treno; il primo titolo – *Harry Potter e la pietra filosofale* – uscì nel 1997 con una tiratura iniziale di 1.000 copie per i tipi di Bloomsbury Publishing. La cessione dei diritti a Scholastic Books fruttò l'incredibile anticipo di 105mila dollari e segnò l'inizio di una carriera editoriale su scala globale che ha reso l'autrice, risposata e madre di tre figli, una delle persone più ricche d'Inghilterra. I sette volumi della serie sono usciti con cadenza regolare e il numero di pagine è cresciuto nel tempo. La Tabella 1 sintetizza la dinamica dei diversi titoli sul mercato di lingua inglese. Prima dell'uscita dell'ultimo volume, l'autrice ha lasciato intendere che due personaggi chiave sarebbero morti, contribuendo ad alimentare le speculazioni della stampa e dei lettori.

Tabella 1 – Dinamica di vendita dei titoli di Harry Potter sul mercato di lingua inglese

Titolo	Uscita Uk	Uscita Usa	Copie vendute nel mondo
<i>Harry Potter e la pietra filosofale</i>	30/6/1997	1/9/1998	107 milioni
<i>Harry Potter e la camera dei segreti</i>	2/7/1998	2/6/1999	60 milioni
<i>Harry Potter e il prigioniero di Azkaban</i>	8/7/1999	8/9/1999	55 milioni
<i>Harry Potter e il calice di fuoco</i>	8/7/2000	8/7/2000	55 milioni
<i>Harry Potter e l'ordine della fenice</i>	21/6/2003	21/6/2003	55 milioni
<i>Harry Potter e il principe Mezzosangue</i>	16/7/2005	16/7/2005	65 milioni
<i>Harry Potter e i doni della morte</i>	21/7/2007	21/7/2007	

Fonte: Wikipedia

L'editore. La prima tiratura negli Usa dell'ultimo volume è stata di 12 milioni di copie e nelle prime 24 ore dal lancio sono stati venduti 8,3 milioni di copie. Due anni fa, il volume precedente – *Harry Potter e il principe Mezzosangue* – aveva venduto nelle prime 24 ore

6,9 milioni di copie. Molta cura è stata posta nel creare l'attesa attorno all'uscita e nel gestire il lancio: embargo fino alla mezzanotte, misurate uscite sui giornali prima del D-Day, corposi investimenti in *trade marketing* (manifesti da distribuire ai lettori nei punti vendita, vetrine dedicate, merchandising), reazioni composte agli annunci di versioni on line piratate («stimolano le vendite perché attirano l'attenzione» hanno dichiarato i librai on line e off line; «non sono originali» ha dichiarato l'editore), reazioni molto aggressive nei confronti dei distributori che non avevano rispettato l'embargo. Il 19 luglio, la casa editrice ha denunciato una libreria on line dell'Illinois e il suo distributore per flagrante violazione di precisi obblighi contrattuali poiché aveva consegnato copie del volume una settimana prima della data di lancio; l'editore ha dichiarato di aver contattato tutti i lettori che hanno ricevuto il libro in anticipo pregandoli di non cominciare la lettura prima di sabato 21 luglio.

Le biblioteche. Come parte del programma di promozione, nei mesi di giugno e luglio Scholastic ha promosso un giro di un autobus ispirato a Harry Potter nelle biblioteche di 37 località degli Usa. Numerose biblioteche hanno acquistato alcune copie del libro e promosso feste in occasione dell'uscita del volume. Sfruttando la popolarità dei personaggi della serie, alcune biblioteche hanno indetto – prima dell'uscita del volume – un concorso fra i propri iscritti, suggerendo di inviare on line un breve racconto che descrivesse l'interazione dei lettori con Harry Potter e i suoi amici. I vincitori hanno ricevuto una copia dell'ultimo volume in prestito in occasione della festa di lancio.

I distributori. Le principali catene librerie hanno organizzato eventi in tutti i punti vendita: la festa in maschera nel flagship store Barnes & Noble di Union Square a New York nel pomeriggio di venerdì 20 luglio è stata ampiamente pubblicizzata sui giornali e la massiccia partecipazione ha richiesto la distribuzione di braccialetti per garantire ai primi arrivati una copia del volume. Il gruppo Borders ha annunciato di avere venduto 1,2 milioni di copie in una giornata (rispetto alle 850mila del volume precedente) nei suoi 1.200 punti vendita Borders & Waldenbooks. Circa 800mila persone hanno partecipato alla festa nelle librerie della catena. Anche i distributori hanno contribuito a segnalare l'importanza dell'evento, pubblicando dichiarazioni sui giornali prima del

lancio. Per esempio, il 2 luglio Amazon ha annunciato di avere ricevuto 1,6 milioni di ordini da parte dei lettori nel mondo, di cui più di 1 milione negli Usa, rispetto a 1,5 milioni di copie ordinate in anticipo in occasione dell'uscita del penultimo volume. Alla vigilia dell'uscita, il volume è stato ordinato da 1,5 milioni di persone presso sia Barnes & Noble sia Borders e da 2,3 milioni di clienti nel mondo presso Amazon. In Inghilterra, gli ordini sono cresciuti del 17% rispetto al volume precedente.

La maggior parte delle vendite è stata effettuata con un massiccio sconto di copertina: Barnes & Noble ha posto il libro in vendita al 40% di sconto rispetto al prezzo di copertina di 34.99 dollari; Amazon ha garantito la consegna negli Usa nella mattinata di sabato 21 luglio a tutti coloro che avessero acquistato il libro on line entro giovedì a mezzogiorno e ha venduto il volume a 17.99 dollari. Ipotizzando un prezzo medio di vendita di 20 dollari, questo si traduce in un fatturato complessivo di 166 milioni di dollari in una giornata.

I lettori. I lettori sono parte attiva della strategia di lancio: l'attiva comunità on line ha ovviamente speculato sulla conclusione del romanzo e preso posizione rispetto alle indiscrezioni e alle uscite pirata comparse in rete. Siti come MuggleNet.com e The-Leaky-Cauldron.org si sono schierati rispetto alla diffusione di versioni pirata on line e in un commento del 14 maggio scorso la signora Rowling ha esortato la comunità on line ad aspettare l'uscita del volume. «Desidero che i lettori, che sono cresciuti in molti casi con Harry Potter, si imbarchino nell'ultima avventura che condivideranno con lui senza sapere dove vanno a finire». La vivacità di alcune comunità di fan fa pensare che l'attenzione su Harry Potter non si esaurirà nel breve periodo nonostante la fine della saga.

Spoiling e pirateria. Come per tutti i fenomeni mediatici, l'uscita del libro è stata preceduta da una serie di indiscrezioni sul finale (non solo negli Usa e in Inghilterra, ma anche in Italia) e dalla pubblicazione on line di brani del libro. Quattro anni fa, prima della pubblicazione di *Harry Potter e l'ordine della fenice*, il quinto titolo della serie, il «Daily News» acquistò una copia del libro in una superette di Brooklyn quattro giorni prima dell'uscita ufficiale del volume e pubblicò la foto di due pagine del libro. L'autrice denunciò il quotidiano e chiese 100 milioni di dollari. Uno dei siti di fan club ricevette la notizia della morte del padrino di Harry

Potter alcune settimane prima dell'uscita del volume, poiché qualcuno aveva caricato sul sito alcune pagine del manoscritto. Allo stesso modo, l'uscita del sesto volume è stata preceduta dall'invio a uno dei siti di fan club di un riassunto, della prima pagina di ciascun capitolo e del capitolo finale.

Per quanto riguarda l'ultimo volume, numerosi siti di file sharing hanno caricato file contenenti foto di alcune pagine del manoscritto da cui si poteva leggere la fine del romanzo (vera o farsulla) alcune settimane prima dell'uscita del libro; Big Champagne, una azienda che misura gli *upload* dei file P2P, ha dichiarato che decine di migliaia di persone hanno scaricato le immagini contenenti il finale del libro dai siti di *file sharing* il giorno prima dell'uscita. A mezzogiorno, molti dei link non erano più attivi.

La magnitudine dell'operazione e la complessità della strategia di lancio (dal punto di vista produttivo, logistico e organizzativo), il raggio d'azione e l'entità degli investimenti e dei fatturati rendono indubbiamente il fenomeno Harry Potter un caso a sé stante nel panorama editoriale. Non si tratta però di un caso isolato, ma è rappresentativo di un tipo di prodotto editoriale con il quale tutto il settore deve necessariamente fare i conti, perché svolge alcune importanti funzioni per l'economia dell'intera filiera.

È un prodotto civetta. Nel caso di Harry Potter, l'anello distributivo – che nella filiera editoriale assorbe in genere una percentuale significativa del valore generato – è quello penalizzato. Sembra paradossale che su uno dei pochissimi titoli sui quali le vendite sono garantite e per i quali c'è una aspettativa elevata da parte del mercato, i principali retailer non guadagnino, o addirittura perdano, come si specula sia il caso di Amazon (per garantire il pareggio è necessario ipotizzare che Amazon abbia acquistato il volume al 35% del prezzo di copertina). Mentre al lancio della Playstation e dell'iPhone (uscito negli Usa poche settimane prima di Harry Potter) l'aspettativa ha portato una scarsità dell'offerta e un aumento dei prezzi nei mercati paralleli, il libro tanto atteso è venduto con sconti strabilianti. In Inghilterra, le catene e i negozi on line scontano il libro da 17.99 sterline a 8.99. Bloomsbury ha fatto pressione su Asda (la seconda maggiore catena di supermercati inglese di proprietà Wal Mart) perché non vendesse 500mila

copie del volume a 8.87 sterline. Perché questo massacro, che va a netto vantaggio del lettore? Perché Harry Potter svolge per la libreria di catena o per la libreria on line la stessa funzione del prodotto civetta per il supermercato: attira il cliente, che poi verrà invitato a acquistare qualcosa d'altro. La differenza rispetto al dizionario venduto in grande distribuzione (tradizionale prodotto civetta nelle riflessioni della filiera editoriale libraria nel nostro paese) è rappresentata dal fatto che su Harry Potter le librerie indipendenti (che non possono competere con le politiche di prezzo delle catene) probabilmente hanno guadagnato: il titolo così famoso ha creato traffico anche nelle librerie di più piccole dimensioni. È curioso: per una volta la liberalizzazione dei prezzi favorisce le librerie indipendenti.

Ha un ciclo finanziario largamente positivo; se dal punto di vista economico alcuni retailer non ottengono risultati significativi dal lancio di Harry Potter, la dinamica dei flussi di cassa è decisamente favorevole per tutti gli anelli della catena.

Orienta i destini del settore. Se guardiamo alle statistiche relative ai libri per ragazzi negli Usa, notiamo che nel 2006 le vendite dei libri rilegati sono aumentate del 2,5% in valore rispetto all'anno precedente, mentre fra il 2004 e il 2005 si era verificato un aumento del 10%; la differenza è in gran parte imputabile all'uscita nel 2005 del volume *Harry Potter e il principe Mezzosangue* e del film *Harry Potter e il calice di fuoco*. Del resto, anche se un titolo su 500mila è una goccia nel mare, 8,3 milioni di copie vendute in un giorno spostano le statistiche a livello nazionale. Possiamo con certezza anticipare che il 2007 sarà un ottimo anno negli Usa e in Inghilterra per la letteratura rivolta ai ragazzi.

Stimola politiche di scouting per gli editori che li pubblicano. Scholastic dichiara che Harry Potter non ha mai rappresentato più dell'8% del suo fatturato; per un'azienda che fattura 2,2 miliardi di dollari si tratta di una cifra davvero significativa. È evidente che il budget 2007 di Scholastic o di Bloomsbury è garantito da Harry Potter, e che i risultati economici di queste due aziende saranno di tutto rispetto nell'anno fiscale 2007. Non è ragionevole immaginare però (perché non è nelle logiche di buona gestione di una azienda) che il prossimo anno i risultati di queste due case editrici possano ridursi drasticamente e ricalcare le dinamiche di set-

tore. Poiché è difficile avere un Harry Potter all'anno, bisogna impostare le politiche editoriali in modo da garantirsi ogni anno qualche titolo redditizio e al massimo avere punte di risultato negli anni particolarmente felici. È quindi immaginabile una politica di catalogo e di novità che tenga conto della presenza di titoli eccezionali, ma che a livello aggregato mostri continuità e stabilità di risultato nel tempo. I titoli ad altissime tirature sono appannaggio di poche case editrici e influenzano la gestione dell'intero catalogo. Poiché anche Harry Potter è partito con una tiratura da 1.000 copie, è auspicabile che parte degli enormi guadagni sul titolo siano reinvestiti in attività di scouting di nuovi autori.

Polarizza i consumi e orienta i gusti. Anche negli Usa, come nel resto dei paesi occidentali, la metà della popolazione che legge legge uno o due libri l'anno. La presenza di pochi titoli a tirature altissime significa che le probabilità che Harry Potter sia l'unico libro letto nell'anno è relativamente elevata, anche se la lunghezza del romanzo e il piano dell'opera favoriscono la fidelizzazione dei lettori e – si spera – l'aumento dei titoli letti. Questo significa che per ogni Harry Potter che viene pubblicato, moltissimi titoli vedono ridurre in modo consistente le loro tirature.

Fa bene al settore un titolo come Harry Potter? Certamente, a patto che – come penso sia il caso di questo libro – buona parte degli 8,3 milioni di copie acquistate nel primo giorno di uscita sia anche letta; perché in questo caso l'investimento fatto sul lettore e il rischio o il costo sopportato dai diversi attori della filiera si traduce in rendita di posizione per l'autore e per l'editore, in ritorno sull'investimento promozionale per le catene di librerie, in aumento della capacità di attrazione per le biblioteche, anche se la creazione e la gestione del fenomeno sono estremamente faticose e dispendiose. Se invece i supertitoli sono solo espressione di forza dei player più grossi nei confronti dei loro concorrenti, il mercato non cresce e la qualità della competizione all'interno del settore diminuisce, rendendolo via via meno appetibile per tutti gli attori coinvolti.

CRONACHE EDITORIALI
L'associazione
dell'immateriale
di Dario Moretti

Raggruppa 420 editori e circa il 90% del mercato librario: l'Aie, Associazione italiana editori, è l'associazione imprenditoriale italiana più antica e quella che ha compiuto il percorso più complesso per rinnovarsi nella strategia, nella tecnologia, nell'organizzazione. Produzione di contenuti prima che di oggetti materiali, ricerca e formazione in primo piano, strategie a lungo termine. Il mondo del libro, e in particolare quello del libro italiano, si riscopre modernissimo nella difesa del patrimonio immateriale dell'impresa indispensabile per il successo di lungo periodo: le idee.

Dell'Associazione italiana editori (www.aie.it) il pubblico dei lettori sente parlare solo quando tira aria di polemica. Di recente è accaduto a proposito del prezzo dei libri – non solo dei libri scolastici ma dei libri in generale: deve rimanere fisso, determinato dagli editori, oppure essere libero, seguire il mercato secondo l'esempio anglosassone?

Da un'associazione di imprenditori che fa parte di Confindustria (anzi, che ne è stata tra i fondatori nel 1910), ci si aspetterebbe un ovvio inno al liberismo. Ma la strategia degli editori italiani è tutt'altro che ideologica: «Ci battiamo sul terreno del prezzo fisso da oltre due decenni.» dice Ivan Cecchini, direttore di Aie, ripercorrendo la storia del problema «Ma è diventato un tema scottante quando la grande distribuzione ha iniziato a vendere libri, cioè quando la libreria non è stata più un canale di vendita di gran lunga preminente sugli altri». Una trasformazione della struttura distributiva del libro che veniva a turbare un rapporto (quello tra editori e librai) in cui il prezzo fissato dall'editore era accettato praticamente da sempre sulla base di accordi tra le due categorie professionali.

Emendamenti bipartisan e fissità flessibile

Il problema diventava quello di sostituire all'accordo interprofessionale una garanzia più forte, in modo da tutelare con la limitazione degli sconti la capacità competitiva delle librerie, evitando che perdessero i fondamentali margini di guadagno legati alla vendita dei bestseller (la grande distribuzione arrivava a offrirli anche con il 50% di sconto). Occorreva una legge, come in Francia nei primi anni ottanta, e poi in Spagna e in Germania.

Una storia inevitabilmente tormentata, in clima di neoliberalismo: un primo disegno di legge sul prezzo fisso venne bloccato, perché in odore di protezionismo, dalla Commissione Antitrust presieduta da Giuliano Amato, e solo in occasione dell'approvazione della più recente legge sull'editoria (L. 62/2001) furono approvati anche due emendamenti (uno di maggioranza e uno di opposizione, praticamente identici) che regolamentavano il prezzo dei libri, prevedendo con poche eccezioni uno sconto massimo del 10%. Immediatamente dopo il governo (ancora con Giuliano Amato, questa volta presidente del Consiglio) sospendeva temporaneamente gli effetti dell'articolo sul prezzo fisso, ampliava la possibilità di sconto al 15% e introduceva ulteriori liberalizzazioni.

Aie è stata parte attiva di questa combattuta strategia legislativa, a favore della regolamentazione, con il sostegno dei librai ma anche con il totale disaccordo del più grande editore italiano (Mondadori), che all'epoca dell'approvazione della legge si teneva fuori dall'associazione.

«La situazione italiana si è stabilizzata su un regime di “prezzo fisso flessibile”» sorride Cecchini «che ha portato comunque effetti oggettivamente benefici, ponendo limiti agli sconti e contribuendo a conservare l'equilibrio tra i diversi canali di distribuzione. Tanto più che le vicissitudini del mercato librario inglese, dal 1985 integralmente libero dopo l'acquisizione delle grandi catene di librerie da parte di distributori statunitensi, hanno indotto anche i grandi dissenzienti a rivedere le loro strategie, a rientrare nell'associazione e a non opporsi più al prezzo fisso.»

Ma la lotta continua: uno dei provvedimenti per la liberalizzazione del ministro Bersani, attualmente all'esame del Parlamento, potrebbe essere corredato da un emendamento, proposto

dall'onorevole Benedetto Della Vedova (Radicali per le Libertà, gruppo parlamentare di Forza Italia) che abolisce l'articolo della legge 62/2001 sul prezzo fisso. Chi vivrà vedrà.

Da industriali manifatturieri a diffusori di contenuti

In questo caso esemplare l'equilibrio e il pragmatismo risaltano come le doti vincenti dell'Aie, quelle che le hanno garantito la storia più lunga tra le associazioni imprenditoriali italiane: nata con questo nome nel 1946, è però erede diretta di una tradizione associativa risalente al 1869, che in fasi diverse ha riunito anche gli imprenditori grafici (fino al 1921) e i librai, con un unico periodo di discontinuità negli anni del fascismo.

Un'associazione che ancora alla metà degli anni novanta era suddivisa in due grandi sezioni: editori di varia ed editori di scolastica, con rilevanti compiti organizzativi (la raccolta e la trasmissione degli elenchi dei testi adottati nelle scuole). Ma già da qualche anno in Italia tutto il settore era investito da cambiamenti tecnologici che come sempre si sono rivelati anche trasformazioni culturali.

L'aggiungersi della multimedialità prima e del web poi alla stampa ha coinvolto lo statuto stesso degli editori nella loro qualità di mediatori culturali tra autori e pubblico. Lungi dal limitarsi a un rinnovamento degli strumenti materiali di produzione, l'innovazione ha riguardato la capacità degli editori di non identificarsi più con un particolare settore manifatturiero (la carta stampata), ma di reinventarsi come diffusori di contenuti attraverso strumenti e canali diversi.

A un quindicennio di distanza l'Aie, oggi presieduta da Federico Motta, si è integralmente rinnovata, pur conservando l'attenzione a certi suoi settori operativi classici: per esempio lo studio di strumenti per l'identificazione dei prodotti editoriali, con la partecipazione all'elaborazione di un sistema internazionale di codificazione dei contenuti digitali (Doi, *Digital Object Identifier*) che svolge per i file una funzione analoga a quella del codice Isbn per i libri.

Ma le direttrici strategiche innovative sono soprattutto due: la raccolta e l'elaborazione di dati sull'editoria attraverso un

Ufficio studi permanente, che redige ogni anno un *Rapporto sull'editoria italiana* ed è in grado di fornire conoscenze ai soci sugli scenari in via di definizione; e lo sviluppo di un programma di formazione alle professioni, tradizionali e nuove, dell'editoria.

Soprattutto quest'ultimo, in un panorama universitario che riesce ad adeguarsi solo lentamente alle nuove richieste (culturali prima ancora che professionali), è un contributo importante all'evoluzione del settore, negli aspetti tecnologici come in quelli contrattuali e amministrativi.

E il «Giornale della Libreria», il mensile specializzato riservato ai soci che esce dal 1888, si è trasformato da *house organ* (anzi, più formalmente «Organo ufficiale») degli editori in strumento di servizio dell'informazione professionale, raddoppiato dal 2005 in un sito web (www.giornaledellalibreria.it).

In parallelo la distinzione operativa tra varia e scolastica è stata sostituita da quella, molto più articolata e funzionale, in più gruppi di lavoro autonomi, ciascuno con un suo presidente: Editoria di varia, Piccoli editori di varia, Editoria scolastica, Editoria digitale, Editoria universitaria e professionale. In totale 420 soci, che coprono circa il 90% del mercato editoriale librario italiano, nei canali della libreria come della vendita diretta, anche su Internet.

Un patrimonio fatto di «intangibles»

Se gli editori sono oggi fornitori di contenuti immateriali prima che di oggetti, acquista una nuova attualità anche il problema della tutela del diritto d'autore, che è diventata in questi anni la missione principale dell'Aie: «Il patrimonio vero degli editori, prima che dagli strumenti di produzione, è costituito dai contenuti e quindi dal diritto d'autore» afferma Cecchini. «Ormai la legislazione italiana in materia è per la quasi totalità dei casi solo il recepimento di normative che vengono elaborate altrove: trattati riguardanti gli aspetti commerciali della proprietà intellettuale [Trips: *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*], conclusi nell'ambito dell'Organizzazione mondiale della proprietà intellettuale (Ompi), e soprattutto in sede comunitaria, con ben otto direttive di notevole impatto sulla legislazione italiana.»

La legge italiana secondo Aie è una delle migliori in Europa, ma viene da tempo accusata di essere troppo protezionista e subisce attacchi sia con la riproduzione illecita di opere protette, sia con tentativi di modificare la norma.

Aie ha costituito un'agenzia apposita per operare in questo settore: l'Aidro, Associazione italiana per i diritti di riproduzione delle opere dell'ingegno. Ha una doppia funzione: contrastare la pirateria (micidiale in particolare per il settore dell'editoria universitaria e professionale) ma anche, in positivo, concedere licenze per la riproduzione parziale di opere. Peccato che la legge spesso non venga applicata da parte delle stesse istituzioni: il Ministero dei Beni e delle Attività culturali, da cui dipendono le biblioteche statali, dal 2000 ha pagato i diritti di riproduzione previsti dalla legge solo per un anno (2005). Tutti gli enti che gestiscono biblioteche (università, amministrazioni locali, istituti culturali, scuole) e perfino i tradizionali arcinemici dei diritti di reprografia, le copisterie, accettano le regole del diritto d'autore: unica eccezione proprio il Ministero che si occupa della cultura.

Pragmatismo e mediazione anche su un altro tema che riguarda le biblioteche: i diritti sul prestito dei libri. Gli editori europei (e con essi quelli italiani) ne rivendicano la riscossione, ma si dichiarano pronti a utilizzarli collettivamente per scopi sociali: attività di promozione della lettura e potenziamento delle biblioteche. «Gli editori» conclude Cecchini «pur nella loro qualità di imprenditori attenti ai bilanci, oggi sono più che mai attenti al ruolo sociale che rivestono.»

Produzione di contenuti prima che di oggetti materiali, ricerca e formazione in primo piano, strategie a lungo termine. Il mondo del libro, e in particolare quello del libro italiano, si riscopre modernissimo: le idee, sua tradizionale materia prima, sono oggi celebrate dagli economisti come *intangible assets*, patrimonio immateriale dell'impresa. Meno facilmente imitabili in epoca di globalizzazione, vengono indicate come il fattore essenziale per il successo di lungo periodo. E forse si può dire che, in questa chiave, l'identificazione del libro con un oggetto prezioso e di lunga durata, ma anche con un mercato poco dinamico e poco elastico, è definitivamente tramontata.

CRONACHE EDITORIALI

In libreria con le Coop

di Alessandro Terreni

Romano Montroni formula una teoria della moderna libreria di qualità, in cui lavorano operatori in continua formazione che esercitano un ruolo di mediazione e orientamento tra domanda e offerta di lettura speculari a quella dell'editore. Il concetto costituisce l'anima della catena Librerie.coop, che scommette sull'assortimento e sul servizio al lettore, all'interno dei centri commerciali. Le Librerie.coop occupano così uno spazio di mercato, resosi oggi disponibile e delimitato, da una parte, dalla standardizzazione delle grandi catene e, dall'altra, dalla piccola libreria specializzata del centro storico.

Non inganni il titolo mefistofelico: *Vendere l'anima. Il mestiere del libraio* non è un manuale di demoniache tecniche di vendita, né un prontuario di machiavellismi commerciali. L'autore Romano Montroni sistematizza con chiarezza, a uso dei futuri librai, la sua pluridecennale esperienza sul campo, come operatore e formatore. L'ex direttore delle librerie Feltrinelli lascia però emergere, oltre l'intento formativo del suo libro, una vera e propria teoria della libreria. E sostiene che la funzione del libraio si configura come speculare e complementare rispetto a quella dell'editore.

Entrambe le figure, infatti, si qualificano omologamente nella misura in cui esercitano un ruolo di mediazione e orientamento tra domanda e offerta di lettura, e si completano poi vicendevolmente, dal momento che è il libraio a costituire il collo di bottiglia che permette al progetto dell'editore di raggiungere capillarmente i singoli lettori; lettori che, dal canto loro, adottano il libraio, e non l'editore, come punto di riferimento per le loro scelte.

La libreria pertanto, benché ultimo anello della filiera, non deve limitarsi a subire le proposte degli editori, come un passivo intermediario: anche al livello della vendita al dettaglio, e anzi pro-

prio per il diretto contatto quotidiano con il consumatore, è possibile e necessario esprimere un progetto, commerciale e culturale insieme. Concetto chiave di *Vendere l'anima* è infatti quello di «identità» del punto vendita, identità concepita come personalità, che distingue la libreria all'interno di un mercato molto affollato, e ne permette l'identificazione da parte del suo pubblico di riferimento, in un atto di riconoscimento che conferisce valore al lavoro del libraio.

Ora, nell'epoca della massificazione dell'offerta e dell'omologazione delle modalità d'acquisto, pur nell'ambito di una moderata diversificazione tra format diversi, un forte investimento sulla distinzione e sull'individualità del punto vendita – nonché sulla personalità del libraio – sembrerebbe un gesto in controtendenza, se non addirittura sconsiderato: la schiacciante preferenza verso le grandi catene, mostrata dai consumatori, dimostrerebbe piuttosto l'efficacia economica della standardizzazione, tanto nella scelta dell'assortimento quanto nella sua esposizione, nonché nel comportamento degli operatori. I quali, nel disegno di Montroni, dovrebbero piuttosto costituirsi come operatori della conoscenza, e agire in piena consapevolezza all'interno del complesso intreccio tra i fattori economici e i fattori umani di questo commercio, per convertire curiosità ed esigenze del pubblico in risultati economicamente valutabili. In questo modo il libraio vende l'anima: perché non è solo un trafficante in oggetti di carta stampata, ma vende promesse di sapere e di appagamento fantastico, merce impalpabile e preziosa, orientando nella selva dei libri il lettore smarrito, con sensibilità e perizia, e individuando nella folta schiera dei lettori il giusto destinatario del prodotto editoriale.

Sulla carta tutto torna; ma siamo di fronte a un'utopia o c'è davvero uno spazio reale per far funzionare questo meccanismo?

Ci scommette la Coop, con la sua catena di librerie, che inaugura il suo primo negozio il 23 febbraio 2006 all'interno di un centro commerciale di Ravenna. Facciamo attenzione, che non si tratta di uno spazio, più o meno ampio, dedicato ai libri all'interno delle Coop dove andiamo a fare la spesa, ma di una vera e propria catena, una serie di negozi di libri, con un loro format riconoscibile, gestiti da librai professionisti, formati alla scuola di Montroni, che partecipa fin dall'inizio al progetto.

Una catena di librerie, collocate all'interno dei centri com-

merciali: catena, perché tutte le librerie sono di proprietà della società Librerie.coop Spa, nata per volontà di Coop Adriatica nel 2005, e partecipata, oltre che da Coop Adriatica, da Coop Consumatori Nordest, Nova Coop Piemonte, Unicoop Tirreno, Coop Liguria. Nell'estate 2007 le librerie della società sono una decina, per lo più concentrate in Emilia Romagna (ricordiamo che l'idea parte da Coop Adriatica) ma con presenze anche in Veneto e Abruzzo, e altre aperture imminenti

Dunque si consolida la presenza dei libri nel centro commerciale, secondo un trend ormai collaudato, ma con una differenza: in questo caso, non si tratta di un fenomeno di espansione su uno spazio periferico – come per i format Village di Feltrinelli – ma di qualcosa che nasce direttamente dall'interno del centro commerciale.

Ah ecco, si può pensare, come al solito non appena si scopre una nuova formula economica, tutti ci si buttano: è l'ennesima catena di librerie dall'assortimento poco profondo, pensate per un'utenza predisposta all'acquisto d'impulso e particolarmente sensibile alla novità pubblicizzata e al prodotto d'evasione. Ma allora vediamo da vicino, come sono fatte queste Librerie.coop? E qui cominciano le cose davvero interessanti. Il format infatti prevede un'estensione da negozio e non da megastore, tra i 200 e i 500 metri quadrati: dimensioni mediograndi, a misura di lettore. Inoltre, nonostante l'uniformità di arredo e di layout, che contraddistingue le catene, qui i negozi mantengono singolarmente una loro personalità, evidente – per esempio – nelle sezioni dedicate alla storia e all'editoria locale, che ovviamente si diversificano in funzione del luogo in cui è sito il punto vendita. Ma non solo: a ciascun direttore è lasciata ampia autonomia di proposte bibliografiche, e di valorizzazione di percorsi di lettura possibili (attraverso l'uso accorto della disposizione e dell'esibizione dei libri), vale a dire l'esercizio di una vera e propria promozione indipendente di titoli. È evidente poi come ci si riferisca al modello della libreria di servizio in questo: che oltre a esibire già in partenza un assortimento completo (dai 20 ai 30mila titoli, e circa 600 sigle editoriali, come una buona libreria cittadina), le Librerie.coop sono dotate di strumenti informatici e di un'area apposita per la prenotazione dei volumi richiesti e non presenti in casa al momento.

Siamo pertanto di fronte alla volontà di introdurre un modello, la libreria di assortimento e servizio all'interno del centro commerciale, non allineato con il modello prevalente dei format pensati per questi luoghi. E in controtendenza anche rispetto alla generale assimilazione della gestione della libreria ai meccanismi della grande distribuzione: un dato assai rilevante è, in questo senso, l'assenza di centralizzazione degli ordini, come invece accade in alcune grandi catene, in cui proprio la centralizzazione costituisce un'opportunità managerialmente e commercialmente molto vantaggiosa. Senza centralizzazione il direttore decide, di concerto con il rappresentante, la quantità e i titoli che ritiene più adeguati ai suoi clienti fissi, i lettori forti che costituiscono lo zoccolo duro della sua clientela, sui quali si basa la sopravvivenza economica del punto vendita.

Attenzione al lettore forte, dunque, e radicamento nella realtà locale, per costruire una precisa identità alla singola libreria, pur all'interno dell'identità di catena. Questo ci permette di effettuare alcune considerazioni:

- 1) sulla fisionomia dell'utenza: intanto, probabilmente non è così vero che il frequentatore del centro commerciale sia un consumatore suggestionato dalla pubblicità, qual piuma al vento delle strategie di marketing. O almeno questo credono le Librerie.coop: anche nel centro commerciale possono infatti esprimersi esigenze specifiche; inoltre, se il lettore forte va fino al centro commerciale per trovare una libreria di qualità che possa offrirgli un servizio adeguato, questo significa sia che ormai la presenza dei libri anche nel centro commerciale è accettata pacificamente, sia che, forse, l'offerta del centro storico, in fatto di libri e librai, non è più così soddisfacente;
- 2) dal punto di vista della gestione: pur mantenendo i vantaggi della catena, come la riconoscibilità presso il pubblico, la comunicazione e gli scambi di merce tra i negozi, vengono promosse l'autonomia e l'identità del punto vendita, nella convinzione che il radicamento nel suo peculiare contesto sociocommerciale generi un ritorno economico positivo.

È un modello che va nella direzione opposta rispetto alle altre grandi catene di librerie sul territorio nazionale, dove la centralizzazione degli ordini rischia – secondo i detrattori – di recidere

i legami con le esigenze specifiche del pubblico locale, e di deprimere la visibilità dei piccoli editori, i quali invece sono qui largamente accolti.

Lasciando ai sociologi e agli urbanisti l'interpretazione del mutuo scambio di connotati tra i centri commerciali e storici, si può certo affermare che Librerie.coop trasferisca la libreria cittadina nella periferia commercializzata delle nostre città postmoderne. Si può individuare a questo punto una precisa evoluzione: le catene, nate in città, a un certo punto capiscono che il centro commerciale offre loro un'opportunità di allargare i loro spazi di vendita. Nasce pertanto un format di libreria appositamente studiato per il centro commerciale, che attecchisce e rende normale la presenza dei libri in questo contesto. Contemporaneamente, nei centri storici, le librerie delle grandi catene vanno sviluppando un tipo di gestione sempre più manageriale, che comporta tra l'altro anche uno sfoltoimento degli assortimenti e la riduzione delle sigle editoriali rappresentate, e affianca al libro numerosi altri prodotti dell'industria culturale, fino alla trasformazione della libreria di servizio in un megastore per la ricreazione nel tempo libero, con musica, film, videogiochi, e anche libri. E viene meno lo spazio per il lettore che vuole procurarsi il saggio dell'antropologo poco noto, o la ristampa dell'autore d'avanguardia per lo più introvabile. Resiste certo qualche antica libreria di tradizione, nei centri delle città più grandi, o la piccola libreria indipendente che si è specializzata per sopravvivere alla pressione dei grandi gruppi, ma a livello di catena – questo sembra dirci Librerie.coop – lo spazio si è liberato ed è attualmente vuoto. Si può interpretare dunque l'esperimento di Coop come la volontà di portare la forza economica e commerciale della catena sul livello di servizio e di assortimento della libreria cittadina, per riconquistare poi, usando il centro commerciale come avamposto, direttamente il centro città. E infatti le Librerie.coop hanno acquistato la storica libreria Palmarverde di Roberto Roversi, a Bologna, preparando il primo punto vendita della catena all'interno di un centro storico, e richiudendo simbolicamente il cerchio.

Si tratta dunque di un'intuizione commerciale tutta da verificare, che individua una precisa mancanza del mercato (confermata, indirettamente, anche dai molti operatori passati a Coop e

provenienti da precedenti esperienze di catena) e ne trae una nuova opportunità economica, che vuole maturare in periferia per poi impiantarsi nel centro.

Dinamica dalla periferia al centro che attende sviluppo non solo a livello cittadino, ma anche sul territorio nazionale: per ora Milano, capitale editoriale, non è toccata. Del resto le altre catene italiane di maggior visibilità sono nate proprio a Milano. Ma certo, benché sia presto per dirlo, sembra in atto un movimento di bilanciamento interno al mercato, una redistribuzione delle tipologie di negozio, che da un lato conferma ancora una volta la centralità del modello gestionale della catena, e dall'altro esprime, all'interno di questo modello, una necessità di diversificazione e di agilità di servizio, pronta a trasformarsi in reddito assecondando le esigenze molteplici dei lettori.

CRONACHE EDITORIALI
Fuori catalogo
e non disponibili,
morti apparenti
e desaparecidos
di Laura Cerutti

Cosa accade a un libro quando muore? I titoli che ogni anno finiscono fuori catalogo sono circa la metà di quelli pubblicati: una gran mole di volumi, destinata in parte al macero, in parte alla seconda vendita. Un mercato, questo, che negli ultimi e ultimissimi anni sta subendo profondi cambiamenti, dal minore assortimento all'offerta di libri poco «tradizionali». Ma, tutto sommato, i testi che scompaiono davvero sono altrove.

Lo sbigottimento che coglie molti lettori, specie se forti, di fronte alla notizia che il libro che hanno letto e vorrebbero rileggere oppure regalare giace tra i fuori catalogo è pienamente testimoniato dalle varie forme in cui attualmente si anima il dibattito attorno ai libri introvabili. Dai forum in rete alle iniziative di alcune biblioteche, che non a torto rammentano come questi testi a volte si possano semplicemente prendere in prestito presso di loro, agli articoli di giornale. Marino Sinibaldi, non per niente, riserva da un paio di anni alla «Caccia al libro» introvabile uno spazio quotidiano nella sua celebre trasmissione radiofonica dedicata alla lettura. La cifra dei titoli defunti è del resto di tutto rispetto: ogni anno essa ammonta circa alla metà dei titoli pubblicati, mentre considerando le sole novità, sale addirittura ai tre quarti. Sicché in Alice, il catalogo italiano dei libri in commercio, il dato relativo ai fuori catalogo si attesta al 39,72% su un totale di oltre 960mila titoli (fonti: Aie e Informazioni Editoriali). A rimpinguarne la messe sono soprattutto, oltre alla manualistica e alle guide – che per loro stessa natura hanno vita piuttosto breve, considerato il bisogno di continui aggiornamenti –, i generi soggetti ad alta rotazione e tirature più elevate, in particolare la narrativa e i libri per ra-

gazzi. Per quanto riguarda gli editori, tendenzialmente sono i grandi a ricorrervi maggiormente, per snellire i loro corposi cataloghi, e gli annessi costi di magazzino – cui naturalmente va aggiunto il patrimonio di titoli del ragguardevole numero degli editori, quasi esclusivamente piccoli, costretti a chiudere i battenti.

A ben vedere però, non tutti questi volumi si possono considerare veramente morti: al contrario, una volta giunti al termine della propria vita nel primo mercato, per una buona parte di essi si prepara un ritorno di gioventù nella seconda vendita. La maggior parte dei grandi editori stralcia questi titoli vendendoli allo stockista con sconti tra il 90-99%; fra i piccoli e medi editori invece alcuni s'indirizzano direttamente ai remainder, mentre parecchi ricorrono al macero, in parte perché le giacenze in magazzino sono troppo esigue per interessare gli stockisti, in parte per un calcolato ritorno d'immagine.

Il secondo mercato si configura insomma come un panorama piuttosto vario, all'interno del quale si è andata via via creando una sorta di scissione fra chi gestisce la vendita al dettaglio: da un lato i librai storici del metà prezzo e le mostre mercato, con una clientela affezionata di lettori forti e un'offerta estremamente diversificata e di nicchia, attenta anche alle case editrici minori; dall'altro le bancarelle, i mercatini, i tendoni e le librerie stagionali, con un'offerta generalista e un pubblico altrettanto generalista, tendenzialmente occasionale.

Tuttavia, a partire dalla metà degli anni novanta, questo scenario consolidato ha cominciato a modificarsi. Innanzitutto perché la quantità stessa dei fuori catalogo è diminuita sensibilmente: all'interno delle case editrici vi è una gestione più veloce ed efficiente delle informazioni relative al *sell-in/sell-out*, la tiratura di partenza viene calibrata con maggior precisione ed esistono tecnologie che consentono di eseguire una ristampa in tre giorni, dove alcuni anni fa ne occorrevano quattordici, così da poterla programmare solo in presenza di una reale domanda. Un insieme di fattori che determina un calo della tiratura media, assai maggiore peraltro rispetto all'aumento medio dei titoli registrato (gli ultimi dati parlano, rispettivamente, di un -4% e un +0,7%; fonte: *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia. 2006*, a cura dell'Ufficio studi dell'Aie). Allo stesso tempo occorre tenere presente, come

puntualizza Giovanni Dutto, responsabile marketing del comparto hardcover Mondadori, che «c'è la possibilità di tirare di meno, ma anche molto di più: per alcuni *blockbuster* si può arrivare fino alle 500mila copie». Se quindi per i titoli di nicchia la tiratura media s'è ridotta, il volume dei titoli bestseller, complice la svolta dell'immissione dei libri nel canale della grande distribuzione, è al contrario ulteriormente cresciuto. Le ripercussioni di questi cambiamenti sulla seconda vendita non hanno atteso a farsi sentire: «Negli ultimi anni» spiega Davide Guaitamacchi della Fiera del Libro, remainder storico di Milano, «molte librerie del metà prezzo, non potendo più proporre lo stesso assortimento di titoli e trovandosi quindi a non soddisfare più con la passata completezza la domanda del proprio pubblico di nicchia, hanno visto considerevolmente decrescere le vendite, tanto da dover chiudere». Per spiegare tale crisi si deve aggiungere un elemento non meno rilevante, ossia il fatto che, se un tempo esisteva un primo mercato a prezzo intero e un secondo mercato a metà prezzo, recentemente questa forbice di convenienza del 50% si è andata sempre più assottigliando, vuoi per lo sconto applicato anche sulle novità, vuoi per le offerte e le promozioni degli editori, e infine per il più recente fenomeno delle vendite congiunte con i periodici in edicola.

In sostanza, si può affermare che alla scissura in cui, grosso modo, è diviso il secondo mercato, si aggiunge ora la partizione del primo mercato, dove a fianco dei titoli prodotti per i canali «tradizionali» convivono libri progettati ad hoc per la Gdo o l'edicola, in genere tirati in moltissime copie. In particolare poi, i titoli distribuiti in edicola unitamente ai periodici hanno una vita tendenzialmente breve, e rese molto robuste: si parla di una media di circa il 50%, con punte che possono sfiorare l'80%. Non è difficile immaginare come questa gran quantità di volumi si riversi nel secondo mercato, orientandone ulteriormente l'offerta e la clientela di riferimento. «La seconda vendita per i libri da edicola» chiarisce Nicola Tosato, direttore commerciale di Stock Libri, leader nel settore, «rappresenta un fenomeno in crescita, di cui si sentono già gli effetti, e certo destinato a raggiungere dimensioni maggiori. Al momento, comunque, gli editori tradizionalmente intesi restano per noi ancora la grandissima maggioranza: direi che la quota degli altri copre circa il 5% del nostro volume d'affari.»

Una percentuale tutt'altro che trascurabile, proprio perché dà conto di una tendenza acerba che sta però guadagnando terreno con determinazione, e anche perché probabilmente occorre già ritoccarla al rialzo. «Credo che effettivamente la cifra sia ancora modesta, ma penso anche che questo sia un dato in difetto» commenta Bea Marin della «Rivisteria», «perché non tiene conto di un cambiamento importante e altrettanto recente: anche molti editori tradizionali, non esclusi i piccoli, stanno cominciando a diversificare la propria offerta, creando libri su misura per l'edicola o la grande distribuzione. Questi volumi vengono pubblicati con lo stesso marchio di quelli venduti in libreria, o talvolta con un sottomarchio, ed è piuttosto difficile che, una volta impacchettati in bancali con gli altri titoli dell'editore, lo stockista possa distinguerne l'origine.» Il più evidente segno che dimostra quanto il fenomeno stia prendendo piede si può cogliere nella nascita del consorzio PER i libri – Piccoli Editori Riuniti, che dall'ottobre del 2006 ha dato vita a una serie di collane progettate, nella scelta dei titoli, nella veste grafica, nelle tirature e nel prezzo, appositamente per l'edicola.

Sembrirebbe dunque che la variabile prezzo stia diventando assai più rilevante rispetto a quella che valorizza i fuori catalogo come territorio di nicchia. Ciò che spiega perché non vi siano ormai che pochi remainders del metà prezzo «puri»: la maggior parte propone anche un'area dedicata al *best price*. D'altro canto, per questo stesso motivo, sono sempre di più le librerie miste, ossia librerie del primo mercato che propongono scaffali o interi banchi con offerte di libri a metà prezzo.

In questo contesto è chiaro come il web si riveli un canale particolarmente adatto, anche nella seconda vendita, per dare visibilità a quella che Chris Anderson, direttore di «Wired» e giornalista dell'«Economist», ha chiamato la «coda lunga». Secondo Anderson, dove lo scaffale e i suoi costi perdono importanza, le nicchie conquistano una fetta sensibile del mercato a parziale svantaggio dei bestseller. La rete, vantando i costi di scaffale più bassi degli altri canali concorrenti, ha pertanto la possibilità di offrire molti più titoli – almeno a quanti hanno accesso alle nuove tecnologie e possiedono un'alphabetizzazione informatica di base. Ciò spiega la crescita continua della maggiore libreria virtuale italiana

di libri antichi e di titoli moderni introvabili, Maremagnum – fondata nel 1995 da Sergio Malavasi, peraltro promotore della più prestigiosa fiera del settore, in piazza Diaz a Milano ogni seconda domenica del mese –; così come chiarisce perché anche Internet Bookshop, il maggior libraio on line in Italia, all'interno di un'offerta di oltre 400mila titoli, ne proponga 15mila a metà prezzo.

Se i fuori catalogo, come s'è dimostrato, sono tutt'altro che morti – tanto più che spesso in realtà si dà il caso che lo stesso titolo sopravviva presso l'editore in un'altra collana, in genere più economica, o con un *restyling* di copertina e formato –, i veri libri perduti sono altrove. Il criterio delle vendite non è l'unico a determinare l'inclusione o no nei fuori catalogo; capita infatti non di rado che l'editore non voglia perdere i diritti su un titolo o su un autore, anche se le vendite sono state scarse, in quanto lo ritiene prestigioso e/o potenzialmente appetibile. In questo caso, il titolo verrà dichiarato esaurito o, più probabilmente, andrà a far parte del limbo dei non disponibili: l'editore non ha intenzione di ristamparlo a breve, ma non rinuncia ai suoi diritti sul testo, e il libro non può contare neppure sulla chance offerta dal secondo mercato. Non gli resta che sperare che qualche fattore esterno gli ridoni visibilità, che diventi magari soggetto di un film... Insomma, che un principe azzurro lo risvegli con un bacio! La mole di questi *desaparecidos* è tanto considerevole, quanto difficilmente calcolabile. Sul totale dei titoli in commercio registrati in Alice (escludendo i fuori catalogo), la cifra degli esauriti dichiarati, che perciò si suppone nessuno si prenda nemmeno la briga di ordinare, ammonta al 5,8%; ma assai più arduo è risalire a quella dei non disponibili, ossia quei libri che risultano disponibili fino a che, richiedendoli, non ci si accorge che ciò è tutt'altro che pacifico. Mauro Zerbini, amministratore delegato di Ibs, dichiara che gli ordini inevasi presso di loro ammontano circa al 6% del totale. Sebbene più richieste possano riferirsi a uno stesso titolo, in realtà per quanto riguarda gli ordini inevasi, in virtù delle caratteristiche che regolano la «coda lunga» – dove evidentemente si annidano i *desaparecidos* e dove il numero di ordini per ciascun titolo di nicchia è estremamente basso –, si può stimare che la percentuale dei titoli irreperibili non si discosti troppo da quella degli ordini inevasi. Si tratta presumibilmente di una cifra tra il 5 e il 6%. Sommando i dati degli esauriti dichiarati

da Alice e dei non disponibili in Ibs, fatte le opportune proporzioni, si arriva a un totale di circa il 10,5%, di modo che su 100 libri in commercio almeno 10 saranno esauriti o non disponibili. A ciò si aggiunga che la cifra è senza dubbio in difetto, proprio perché, come questi titoli sono *desaparecidos*, allo stesso modo l'informazione che li riguarda è assente. Reperire uno di questi volumi poi, se pubblicato recentemente, «è più difficile che trovare una cinquantina» – parola di Malavasi. In questo caso, nell'attesa di un ancor più efficiente *print on demand*, non resta che la biblioteca.

CRONACHE EDITORIALI

I diritti negli archivi

di Silvia Stabile e Guido Guerzoni

I pareri di lettura di Leonardo Sciascia, i carteggi di Italo Calvino. Gli archivi editoriali conservano progetti realizzati e progetti rimasti nel cassetto, dati di vendita e diffusione, disegni originali, manoscritti e inediti: un patrimonio di documenti che rappresentano l'intera attività editoriale e costituiscono la testimonianza dei rapporti intrattenuti dagli editori con gli autori e i funzionari. Ma l'interesse e lo sfruttamento di tali informazioni deve confrontarsi con la disciplina di tutela degli archivi editoriali come beni culturali e con l'evoluzione della dottrina e della giurisprudenza sulla protezione del diritto d'autore.

Gli archivi storici come «beni culturali»

Il lemma «archivi», al solito, fa accapponare la pelle alla maggior parte dei profani, che vi associano quasi automaticamente luoghi desolati e mesti, popolati di timidi occhialuti: in un'ipotetica classifica dei luoghi della sfiga professionale, solo gli uffici del catasto possono competere ad armi pari per il titolo di *worst place of work*.

Nel caso in cui gli interlocutori siano meno prevenuti, il termine viene associato agli Archivi di Stato o, comunque, agli archivi storici delle Regioni e degli altri enti pubblici territoriali, deputati a raccogliere i documenti di produzione dei relativi organi o i documenti di proprietà privata depositati presso gli Archivi di Stato o negli archivi degli enti pubblici, o, altrimenti, a tali enti donati, venduti, lasciati in legato o in eredità.

Visioni limitate, in entrambi i casi, dacché la nozione giuridica di archivio, nella sua specificità e nel senso poco sopra inteso, non è di recente elaborazione all'interno dei testi normativi che dettano la disciplina dei beni archivistici, da un lato, e dei beni culturali, dall'altro; categorie che si confondono di sovente, alla luce della

fiammata di rinnovato interesse, di natura schiettamente economica, per lo sfruttamento di qualunque forma di *content repository* e per le quotazioni record registrate in vari settori dei mercati dei beni da collezione, che nel giro di dieci anni hanno fatto segnare impressionanti crescite dei valori medi, un dato che ha ringalluzzito le pretese di autori, eredi e titolari dei diritti connessi.

Gli «archivi editoriali»

I maggiori appetiti hanno riguardato gli «archivi editoriali», un combinato disposto che identifica quell'eterogeneo insieme di documenti, scritti, disegni, bozzetti, immagini e registrazioni fonografiche e videografiche, raccolto dagli editori librari nel corso della storia delle case editrici, a decorrere dalla loro fondazione. Tali archivi conservano carteggi tra autori ed editori, pareri di lettura, dati di vendita e diffusione, progetti realizzati e progetti rimasti nel cassetto, disegni originali, manoscritti e testi inediti, e così via: una vera miniera per i sempre più affamati *content providers* nazionali e internazionali. I contenuti conservati negli archivi librari rappresentano dunque l'intera attività editoriale e costituiscono la testimonianza dei rapporti intrattenuti dagli editori con vari soggetti, quali, per esempio, gli autori (che siano stati pubblicati o no dalla casa editrice), i loro familiari e stretti congiunti (lesti a tramutarsi in pretenziosi eredi), il pubblico dei lettori e la critica. Ma non solo; gli archivi editoriali contengono tutta una serie di documenti propri dell'autore, tra cui i carteggi, i disegni, le fotografie e gli scambi di corrispondenza con altri autori e così via, entrati in possesso delle case editrici per le ragioni più disparate, quali per esempio il fatto che l'autore prestasse per la casa editrice una collaborazione editoriale, come è avvenuto nel caso di Leonardo Sciascia e la casa editrice palermitana Sellerio. Leonardo Sciascia è «editor» della casa editrice Sellerio dal 1969 al 1989. Elvira Sellerio decide di pubblicare un libro nella collana «La Memoria» contenente tutti gli scritti di Sciascia per la maggior parte non firmati e destinati a servire alla sola attività della casa editrice, come i «risvolti», le «avvertenze editoriali», i «segnalibri», le «introduzioni» alle varie antologie, gli «appunti» e le «corrispondenze». Il li-

bro è il prodotto di una vera indagine documentale d'archivio costituita dalla ricerca e selezione di tutta la mole di scritti prodotti da Sciascia per la casa editrice Sellerio (*Leonardo Sciascia scrittore editore ovvero la felicità di far libri*, 2003).

Si tratta spesso di giacimenti ricchissimi, contenenti le corrispondenze interne ed esterne delle case editrici, le corrispondenze epistolari, memorie familiari e personali, scritti della vita privata e personale e professionale dell'editore e degli autori, carteggi, disegni e schizzi, diari, appunti, tavole, cartelloni, locandine, bozze autografe, resoconti, schede e pareri di lettura, fotografie e registrazioni video e audio, testimonianze e interviste, cartelle di lavorazione di scritti inediti e pubblicati, articoli e ritagli di giornale, recensioni e documenti amministrativi, libri contabili, bilanci, contratti della casa editrice.

«Archivi editoriali» e diritti d'autore

Ma il recente interesse per lo sfruttamento di tali riserve ha ovviamente suscitato appetiti e polemiche, dacché la protezione degli archivi editoriali come beni culturali si è dovuta spesso confrontare con l'evoluzione della dottrina e della giurisprudenza sulla protezione del diritto d'autore, accordata ai contenuti degli archivi correnti degli editori e degli archivi storici che custodiscono documenti comunque protetti dal diritto d'autore, seppur sottoposti anche alla tutela come beni culturali.

Come è generalmente noto, i diritti economici d'autore, ovvero i diritti esclusivi di utilizzazione economica dell'opera, conferiscono all'autore (e ai suoi congiunti, nel caso di autore non più in vita), o comunque al titolare dei diritti a titolo derivato (come per esempio all'editore), una remunerazione economica, sotto forma di compenso, per lo sfruttamento di uno o di più diritti economici relativi alla medesima opera.

Più precisamente, con il contratto di edizione i diritti economici d'autore sono trasferiti dall'autore all'editore. Il contratto di edizione rappresenta «il contratto con il quale l'autore concede a un editore l'esercizio del diritto di pubblicare per le stampe, per conto e a spese dell'editore stesso, l'opera dell'ingegno» (art. 118

Legge sul diritto d'autore), il cui oggetto è il trasferimento di «tutti i diritti di utilizzazione dell'opera che spettano all'autore nel campo dell'edizione, o taluni di essi, con il contenuto e per la durata che sono determinati dalla legge vigente al momento del contratto» (art. 119, comma 1 Legge sul diritto d'autore), non comprendendo «i futuri diritti eventualmente attribuiti da leggi posteriori, che comportino una protezione del diritto di autore più larga nel suo contenuto o di maggiore durata» (art. 119, comma 3 Legge sul diritto d'autore). L'autore dell'opera ha diritto di percepire un compenso dall'editore costituito da «una partecipazione, calcolata, salvo patto contrario, in base a una percentuale sul prezzo di copertina degli esemplari venduti» (art. 130 Legge sul diritto d'autore).

Ciò detto, per quanto riguarda il trasferimento dall'autore all'editore delle singole facoltà esclusive di natura economica, l'art. 19 della Legge sul diritto d'autore prescrive il principio della reciproca indipendenza dei diritti, nel senso che l'esercizio di uno dei diritti esclusivi d'autore non esclude l'esercizio esclusivo di ciascuno degli altri diritti. La Legge sul diritto d'autore ribadisce tale principio quando prevede che l'alienazione di uno o più diritti non implica, salvo patto contrario, il trasferimento di altri diritti che non siano necessariamente dipendenti dal diritto trasferito (art. 119, comma 4 Legge sul diritto d'autore) e quando prescrive che la cessione di uno o più esemplari dell'opera non comporta, salvo patto contrario, la trasmissione dei relativi diritti di utilizzazione (come il diritto di riproduzione).

L'editore non può trasferire a terzi i diritti acquisiti, salvo espressa pattuizione in tal senso nell'ambito del contratto di edizione. Nella prassi gli editori sono soliti introdurre nei propri standard contrattuali clausole che riconoscano all'editore tale facoltà unitamente al diritto per l'editore di cedere l'intero contratto.

Così per esempio il contratto di edizione può potenzialmente coprire, solo in parte, i diritti economici riferiti al contenuto dei fondi archivistici: non sempre il possessore, a diverso titolo, di un fondo archivistico o di un intero archivio, è anche il titolare di tutti i diritti di sfruttamento economico relativamente ai contenuti del fondo o dell'archivio.

Nel caso degli archivi editoriali correnti, l'editore dovrà quindi premurarsi e assicurarsi che i diritti sui materiali prodotti

da terzi, nel corso della storia della casa editrice (si pensi solo agli articoli di un giornale che pubblica periodicamente recensioni di libri o alle fotografie degli autori scattate non in occasione di pubblici eventi o ancora alle copertine di libri non oggetto di cessione a favore dell'editore), siano stati oggetto di cessione a favore dell'editore da parte di detti terzi.

Allo stesso modo, nei casi sopra descritti in cui i diritti su alcuni contenuti archivistici non siano stati oggetto di cessione a favore dell'editore, i relativi diritti di sfruttamento economico dei documenti, ove protetti dal diritto d'autore, permangono in capo all'autore e ai suoi aventi causa (come nel caso dei congiunti di scrittori non più in vita, per esempio).

Quanto, invece, ai diritti morali d'autore, come il diritto alla paternità dell'opera (ovvero il diritto dell'autore di rivendicare la paternità dell'opera), il diritto dell'autore a rivelarsi come tale (diritto dell'autore di un'opera anonima o pseudonima di rivelarsi e di far conoscere la sua qualità di autore) o ancora il diritto all'integrità dell'opera (ovvero il diritto di opporsi a qualsiasi deformazione, mutilazione o altre modificazioni e a ogni atto a danno dell'opera che possono essere di pregiudizio al suo nome o alla sua reputazione), o ancora il diritto di ritirare l'opera dal commercio (a seguito della cessione all'editore dei diritti di pubblicazione dell'opera, l'autore ha sempre il diritto di chiedere il ritiro dell'opera dal commercio quando concorrono gravi ragioni morali) o il diritto di inedito (cioè il diritto dell'autore di opporsi alla prima pubblicazione dell'opera), tutti questi diritti cosiddetti «personali», anche qualora i diritti economici sui materiali archivistici siano stati trasferiti dall'autore all'editore, permangono in capo agli autori (e ai loro congiunti, nel caso di autori non più in vita).

In particolare, l'autore manterrà il diritto a che il documento in archivio, quanto alla sua creazione e paternità, sia a sé attribuito; il diritto a che il documento non sia oggetto di «tagli», «adattamenti» e «modifiche» che possano recare pregiudizio all'autore; il diritto a che quel documento non sia mai pubblicato oppure, qualora pubblicato, non sia attribuito all'autore che intende rimanere anonimo o sotto pseudonimo.

L'archivio di una casa editrice, inteso come banca di dati ovvero come «raccolta di opere, dati o altri elementi indipendenti

tra loro sistematicamente o metodicamente disposti ed individualmente accessibili mediante mezzi elettronici o in altro modo» può, inoltre, costituire oggetto di protezione come banca di dati, qualora ricorrano i requisiti di protezione previsti dalla Legge sul diritto d'autore. La tutela dell'archivio come banca di dati non si estende, tuttavia, al suo contenuto (opere, documenti e altri materiali) lasciando quindi impregiudicati i diritti esistenti su detto contenuto.

Inoltre, le corrispondenze epistolari, gli epistolari, le memorie familiari e personali e gli altri scritti della medesima natura, allorché abbiano carattere confidenziale o si riferiscano alla intimità della vita privata, non possono essere pubblicati, riprodotti o in qualunque modo portati alla conoscenza del pubblico senza il consenso dell'autore, e trattandosi di corrispondenze epistolari e di epistolari, anche del destinatario.

Dopo la morte dell'autore o del destinatario occorre il consenso dei congiunti (coniuge e figli e, in loro mancanza, genitori e altri ascendenti e discendenti diretti; mancando gli ascendenti e i discendenti, fratelli e sorelle e loro discendenti).

È rispettata, in ogni caso, la volontà del defunto quando risulta da atto scritto. Tutto ciò vale anche per le corrispondenze epistolari che costituiscono opere tutelate dal diritto di autore e anche se cadute in dominio pubblico. Le regole poco sopra menzionate non si applicano invece agli atti e alle corrispondenze ufficiali o agli atti e corrispondenze che presentano interesse di Stato. Così, per esempio, la giurisprudenza ha affermato, nel noto caso di *Calvino contro la Società Mondadori editore* (Tribunale Milano, 13 settembre 2004), che è illegittimo riprodurre, pubblicare e utilizzare, anche in via telematica, brani tratti dalla corrispondenza epistolare di una persona deceduta nel caso in cui essa rivesta carattere confidenziale e abbia a oggetto la sfera privata dei sentimenti, in assenza di consenso dei congiunti dell'autore (fattispecie nella quale un giornale a tiratura nazionale aveva pubblicato dei brani tratti dalle lettere inviate da Italo Calvino a Elsa De Giorgi).

DAL TESTO AL LIBRO
Scrivere
per pubblicare
di Laura Lepri

Di che cosa parliamo quando parliamo di dattiloscritti inediti? Passati i tempi dei castelli di rabbia e dei sogni di gloria sull'onda di dove li portava il cuore, gli aspiranti scrittori sembrano essersi convertiti a un sano realismo artigianale. Negli ultimi anni il popolo di coloro che ambiscono alla pubblicazione con determinazione tale da pagare una lettura professionale ha acquisito consapevolezza, qualche volta anche mestiere. Si ispira a generi e modelli forti, si sforza di costruire un intreccio, è ben disposto verso le fatiche della documentazione storica e la limatura di dialoghi e anacoluti. Fino a rassegnarsi, di buon grado, alla riscrittura ex novo.

Gli arrivi più massicci sono stagionali, post-vacanzieri: dopo Natale, dopo Pasqua, dopo le ferie estive, ma anche dopo gli inverni di tanti scontenti. Al telefono gli aspiranti scrittori esordiscono timidi, per farsi, nel volgere dei minuti, un po' più tranquilli. Stanno ammettendo con qualcuno, all'altro capo del filo, le ambizioni riposte in quel lavoro di 200 cartelle (ma talvolta sono anche 3-4-5-600) che tanto li ha visti penare. Ora vogliono la valutazione di un professionista. Almeno per i più smaliati, e consapevoli, gli entusiasmi dei familiari non bastano più.

Dopo vent'anni di letture di dattiloscritti si accumula molta esperienza nella presa della temperatura di un testo e fin dalle prime 10/15 pagine si capisce, con risicato margine di errore, se i fondamenti sono ben impostati: tono, ritmo, lingua, presentazione dei personaggi e dell'ambiente, verosimiglianza dei dialoghi, coerenza, gli addendi del romanzesco non sono poi infiniti e il risultato dipende da una tessitura che dev'essere ben programmata fin dall'inizio. Talvolta basta una lettera di presentazione delirante in ambizioni per scommettere sulla precarietà di un lavoro.

Negli ultimi due decenni si sono verificati alcuni importanti cambiamenti nel popolo di coloro che ambiscono alla pubblica-

zione: è cresciuto in quantità, per esempio, ma anche in qualità media. Proveremo a motivare tale, cauto, ottimismo.

All'inizio degli anni novanta montava sempre più potente (in termini numerici) la marea di coloro che scrivevano riponendo in questa ipotetica carriera molti sogni di gloria; il fenomeno corrispondeva al ridefinirsi, proprio in quegli anni, della figura dello scrittore che stava diventando uno *status symbol* sempre più di massa, data la sua partecipazione, con visibile successo, al grande circuito mediatico, cinema e televisione in primis. Per tutti valga, ovviamente, l'esempio di Alessandro Baricco.

I testi degli aspiranti, però, fremevano ancora molto di disagi personali, lacerazioni, inquietudini autobiografiche che una trama fittizia mascherava malamente. Crisi matrimoniali, infatuazioni per giovani allieve, impotenze, ripiegamenti, emancipazioni femminili rivendicate, linee materne impraticabili, libertà ritrovate. In molti/e andavano, narrativamente, dove li portava il cuore, secondo un modello forte nell'immaginario popolare di fine Novecento. Forte anche per l'oggettivo riscontro di vendite. È inevitabile: il successo produce imitazione.

È proprio la linea di modelli sempre più consapevolmente assunti, e quella di generi letterari sempre più definiti, che bisogna percorrere per capire i cambiamenti intercorsi fra fine e inizio millennio nella schiera degli scrittori in erba: traiettorie che seguono, anche, le orme dei bestseller degli ultimi quindici anni. Non solo italiani.

Gialli (in numero sorprendentemente massiccio), romanzi storici (inevitabilmente meno, data l'imprescindibile fatica della documentazione), numerosissime saghe fantasy (occorre fare i nomi dei modelli?) e, naturalmente, romanzi a sfondo autobiografico e «realistico»; genere ampio quest'ultimo che si decanta in tipologie diverse, dal romanzo di formazione, alla saga familiare (a sua volta, declinata, fuori dalla fiction, in memorialistica, un genere in crescita decisa, probabilmente sull'onda di quello che avviene nel mercato angloamericano) fino alla commedia generazionale (vita da single o da gay spiritosamente raccontata, secondo la lezione umoristica di Bridget Jones).

Sullo sfondo si riconoscono i profili di maestri vecchi e nuovi, quali il ritrovato Simenon e l'ormai consolidato Camilleri,

l'Eco «storico», la Rowling dei maghetti, la Helen Fielding eroina di quelle donne che hanno trovato nell'ironia il registro migliore per esorcizzare molti dei disagi della quotidianità. Merita sottolineare, infatti, che il tono «serio» e grave è sempre meno frequentato dalle aspiranti autrici, là dove invece gli autori continuano a preferirlo. Il melò, per esempio (deriva kitsch del serio-tragico), non è quasi più femmina ma, al contrario, più maschile...

Curioso, no?

Comunque, individuati i debiti emulativi, è opportuno riconoscere anche una maggiore consapevolezza da parte di chi scrive e soprattutto l'irrobustito sforzo di costruire una trama, dalle tinte di genere: giallo, nero, rosa.

Ma questa tensione alla struttura, a una costruzione narrativa gerarchicamente definita e compiuta, se da una parte costituisce un indicatore di novità, dall'altra, tuttavia, difficilmente garantisce sulla bontà del manufatto. E se fin qui abbiamo plaudito alla tendenza, ora dobbiamo segnalare le deficienze compositive.

Infatti, nella maggior parte di questi testi molte imperizie ed errori permangono. Il più macroscopico ha a che vedere con il registro colloquiale, sempre più invadente, prossimo al mimetismo con un parlato vero e proprio che, proprio come nella realtà, troppo spesso sbanda fra la logorrea e il gergale. Chi lo adotta non coglie la mistificazione incombente: si usa la lingua che si parla e la si adotta senza alcun controllo, rigore, coerenza.

Ne fanno fede soprattutto i dialoghi, quei luoghi della narrazione per loro statuto più simili al «reale» che troppo spesso sono lunghi, soverchiamente descrittivi, prolissi; e paradossalmente irreali, impastati di un lessico e di una sintassi che difficilmente sarebbero adottati in una qualsiasi conversazione. Un esempio fra i tanti? «Temo che tu non ti renda conto di quanto mi hai ferito nel profondo dell'anima, calpestando il mio orgoglio e anche il buon nome della famiglia che ti ha accolto con le braccia aperte.» Se il romanzo da cui è stato tratto il frammento arrivasse mai alla pubblicazione, in fase di editing bisognerebbe suggerire una riscrittura che evitasse enfasi, luoghi comuni, inverosimiglianze. E ipotizzare di far dire al personaggio, più semplicemente: «Cerca di capire, hai fatto del male a me e ai miei. Loro invece sono stati buoni con te». In una buona scuola di scrittura, sono proprio questi gli

esercizi che vengono proposti, allenando gli aspiranti scrittori a riconoscere, e a evitare, abusi linguistici e prevedibili convenzioni. Molti aspiranti ormai le frequentano come buone palestre di scrittura e lettura, segno di una nuova civiltà culturale in ascesa e della riconosciuta necessità di una strumentazione per affrontare una narrazione. E per evitare marchiani errori; rispetto ai quali è necessario rilevare quanto sia sempre più invasiva, nei dattiloscritti che ambiscono a essere pubblicati, proprio la presenza dei dialoghi, ennesimo debito stavolta contratto, in modo inconsapevole e pedissequo, con il cinema o con la televisione. Troppo spesso, infatti, si leggono similsceneggiature nelle quali la voce narrante latita o si fa sempre più flebile.

Ma molti altri sono gli errori compositivi e le fragilità strutturali: personaggi immobili, uguali a se stessi dall'inizio alla fine i cui nomi americani dovrebbero, però, garantirne riconoscibilità ed energia; ambientazioni in luoghi dalle geografie vaghe e approssimative; ambizioni troppo scoperte a fornire al lettore la morale della favola (soprattutto nei romanzi di genere, là dove è più autorizzata la presenza di buoni e cattivi e di ragioni manichee). E, entrando sempre più nel dettaglio tecnico, l'incapacità a costruire piani temporali diversi (data l'ormai assodata scarsa familiarità con la *consecutio temporum*): troppo spesso, una volta adottato un tempo della narrazione, quello resta, uguale a se stesso, compromettendo i necessari chiaroscuri temporali. Non è solo il congiuntivo a essere scomparso, ma anche il trapassato remoto dell'indicativo, inghiottito dalla semplificazione di tutte le declinazioni temporali. La piattezza incombe, sia essa del presente o del passato, prossimo o remoto.

La *lamentatio* sui tempi ci induce a tornare, per un'ultima considerazione, a quei romanzi storici che sempre più spesso confluiscono sulla scrivania del lettore professionista. Il loro recente proliferare ci pare un segnale interessante, nella sua contraddittorietà; se da una parte potrebbero significare una regressione rispetto alla lettura del presente (e del passato prossimo, soprattutto, tempo rimosso, un tabù anche per gli scrittori professionisti), dall'altra però dimostrano che un numero sempre maggiore di autori lavorano appoggiandosi su documentazione e archivi. Niente di nuovo, per carità, Manzoni continua in qualche modo a *docere*,

ma ci pare una buona inversione di tendenza rispetto alla voga del romanzo intimista di qualche decennio fa. Presuppone studio, disciplina, applicazione; attitudini necessarie e imprescindibili per ogni romanziere, al di là della materia narrativa sulla quale s'impegna. Peccato che troppo spesso queste storie attinte dalla Storia mostrino più di una goffaggine nell'impasto di ricerche e creazioni, documentazione e realizzazione romanzesca. Il difetto è piuttosto diffuso, non solo in questa tipologia di dattiloscritto. Assai difficilmente, forse in una percentuale dell'1%, si trovano lavori che potrebbero davvero ambire a essere pubblicati. Ma non importa. È già confortante constatare una tendenza in corso: i nostri apprendisti scrittori stanno sviluppando una civile mentalità artigianale. Dove è previsto, se serve, riscrivere ex novo il romanzo che hanno appena mandato in lettura.

DAL TESTO AL LIBRO
L'era del Web 2.0.
Scorci di scenari
futuribili

di Graziano Nani

YouTube e Wikipedia sono ormai nomi noti, stabilmente insediati tra i «preferiti» del pc. Insieme a Flickr, Blog e Lulu. È il Web 2.0: Rinascimento digitale o ammaliante chimera sorta per alleviare gli affanni del nostro mondo liquido-moderno? I contenuti generati dagli utenti e veicolati attraverso la rete – senza il vincolo di competenze e tecniche specifiche né la necessità di alcuna legittimazione di tipo professionale – rappresentano la nuova sfida di condivisione e produzione della conoscenza del futuro prossimo. Ma quali sono le macrodinamiche alla base di un simile fenomeno?

Negli ultimi tempi esiste un grande fermento intorno a una presunta rivoluzione in atto nel mondo del World Wide Web. Tra irrefrenabili entusiasmi, lucidi scetticismi e opinioni più equilibrate, è indubbio che dietro al concetto di Web 2.0 – denominazione tesa a sottolineare lo scarto netto della rete attuale rispetto alla sua fisionomia di pochi anni fa – agiscono fenomeni di ampia portata, destinati secondo alcuni a mutare il panorama mediatico dei prossimi anni.

Ma, innanzitutto, un doveroso passo indietro: cos'è il Web 2.0? La comunità scientifica non è ancora giunta a una definizione unanimemente condivisa di questo concetto, introdotto per la prima volta dall'editore Tim O'Reilly nell'autunno del 2005. Tanto vale quindi sondare punto per punto gli incerti confini di un fenomeno che, se da una parte non possiede una precisa conformazione, dall'altra non si può certo accantonare come manifestazione marginale destinata a scemare nel breve periodo.

Una delle caratteristiche cardine del Web 2.0 è incarnata dal ruolo dell'utente rispetto ai contenuti veicolati attraverso la rete. Ruolo facilmente esplicabile con il concetto di *user generated contents*, contenuti generati dagli utenti. Una delle peculiarità più

rilevanti della presunta rivoluzione starebbe proprio nella possibilità, aperta a tutti, di produrre nuovo contenuto e condividerlo in rete senza il vincolo di competenze tecniche specifiche. E senza la necessità di appartenere a una testata giornalistica o di possedere alcuna altra legittimazione di tipo professionale. Una nuova opportunità resa possibile anche dalle recenti evoluzioni tecnologiche, che permettono di usufruire di standard universali di condivisione dei contenuti in modo semplice e a costi ridottissimi. Si pensi soltanto alle nuove fotocamere e videocamere digitali, che consentono a chiunque di ottenere materiale audiovisivo di qualità più che dignitosa a costi decisamente bassi, e di condividerlo sul web in pochi secondi attraverso le più recenti piattaforme tecnologiche.

In sostanza, il flusso dei contenuti non si manifesta più con una dinamica «dall'alto», ma al contrario scaturisce capillarmente dal basso attraverso una miriade di canali. Esattamente il contrario di quello che accade con la logica *broadcast*, alla base del funzionamento dei mass media tradizionali. E il materiale audiovisivo non è l'unico protagonista. Se YouTube (www.youtube.com) per i filmati e Flickr (www.flickr.com) per le foto rappresentano i due esempi più noti di come la rete ha saputo accogliere i contributi degli utenti, il fenomeno non si limita certo a queste due realtà. Basta pensare all'inarrestabile espansione della «blogosfera» per quanto riguarda la produzione di contenuti testuali di varia natura – dai diari personali alla narrativa, fino alle strisce fumettistiche di stampo satirico, alla saggistica e ai trattati scientifici di più ampio respiro. O al naturale avvicinamento degli stessi blog al mondo del giornalismo, concretizzatosi con il fenomeno del *nanopublishing* – piattaforme di pubblicazione costituite da blog tematici verticali gestiti da più blogger – di cui Blogio (www.blogio.it) risulta un buon esempio italiano anche per l'interessante riscontro economico ottenuto negli ultimi tempi.

L'editoria non è certo esclusa da queste dinamiche: grazie a Lulu (www.lulu.com) gli utenti possono ottenere la pubblicazione cartacea di un libro con pochi clic, e a costi più che ragionevoli. Come del resto non è esclusa la sfera dell'organizzazione e diffusione del sapere scientifico, visto l'enorme successo di Wikipedia (www.wikipedia.org), vera e propria enciclopedia universale on line in costante evoluzione proprio perché plasmata e riplasmata

ogni giorno da migliaia di utenti di tutto il mondo. Si potrebbe andare avanti ad oltranza. Dagli slide show (SlideShare, www.slideshare.net) alla musica (Last.fm, www.last.fm), fino al profilo professionale (LinkedIn, www.linkedin.com), le tipologie di contenuto gestibili direttamente dall'utente, e condivisibili attraverso il pc di casa, vanno aumentando di giorno in giorno.

E non è finita. Le dinamiche del fenomeno si spingono ben oltre. Oggi, grazie alla particolare conformazione tecnologica del Web 2.0, le persone non dispongono soltanto degli strumenti deputati alla produzione e condivisione di materiale contenutistico, ma anche di nuove tecnologie sviluppate per classificare, organizzare e filtrare il materiale stesso. Ci si riferisce in particolare al *tagging*, la pratica che offre la possibilità di categorizzare i contenuti attraverso l'uso di parole chiave. Se il concetto di una classificazione tanto democratica da permettere a chiunque di prendervi parte è già di per sé piuttosto interessante, il fenomeno diventa ancora più degno di nota grazie all'aspetto smaccatamente sociale che ha assunto nel contesto del Web 2.0. Stiamo parlando di quella che oggi, attraverso uno dei tanti neologismi 2.0, viene definita *Folks-onomia*, la categorizzazione collaborativa di informazioni mediante l'utilizzo di parole chiave liberamente scelte dagli utenti. Il risultato di questa pratica condivisa è l'inizio di una vera e propria riorganizzazione e ridefinizione dello scenario contenutistico della rete, una nuova modalità di elaborazione del materiale web dotata di una forza propulsiva ancora una volta «dal basso».

Si potrebbero trovare decine di esempi a riguardo, vista la ricchezza del panorama. Tuttavia uno più di altri si rivela utile alla comprensione delle dinamiche evidenziate. Si tratta di Del.icio.us, un servizio di *social bookmarking* on line nato nel 2003 dalla mente di Joshua Schachter e ora parte del gruppo Yahoo!. Se per *bookmarking* si intende la pratica di tenere traccia di contenuti vari attraverso *bookmark*, o segnalibri, l'aggettivo *social* all'inizio del nome sottolinea la connotazione comunitaria che anche questa pratica ha assunto nel contesto del Web 2.0. Gli elenchi di *bookmark* vengono infatti creati dagli utenti stessi, condivisi in rete e resi liberamente consultabili dall'intera comunità Internet. Il caso di Del.icio.us risulta particolarmente rilevante perché condensa in qualche modo molti dei fattori che caratterizzano la presunta nuo-

va ondata del web in oggetto. In sostanza funziona così. Sto navigando in rete, mi imbatto in una pagina di mio interesse e decido di tenerne traccia attraverso un segnalibro. Il tutto senza arrivare in poche settimane a intasare la lista preferiti del mio pc. Qui entra in gioco Del.icio.us che, grazie a un semplice pulsante presente sulla barra del browser, mi permette di salvare un segnalibro assegnando a esso una o più *tag*. Sulla mia pagina personale di Del.icio.us comparirà il nuovo segnalibro che ho scelto di archiviare correlato alle relative parole chiave, che andranno a unirsi a quelle precedentemente selezionate per i *bookmark* catalogati in passato. Per esempio, se avrò salvato come *bookmark* una pagina con un videoclip di Michael Gondry etichettandola con le *tag* «Gondry» e «videoclip», ogni volta che vorrò rivedere il filmato mi basterà ricercare tra le *tag* e individuare quelle che plausibilmente potrebbero riportarmi al segnalibro. Il tutto potendo contare su un fattore di portabilità che mi permetterà di consultare on line i miei *bookmark* da qualunque luogo del mondo, e a prescindere dal pc che sto utilizzando. Semplice no? E non è tutto. La vera nota distintiva di Del.icio.us è – indovinate un po' – la sua connotazione squisitamente sociale. Le pagine personali con i segnalibri dell'utente, infatti, sono pubbliche e consultabili da chiunque. Ricercatori, studenti e consulenti, lavorando con lo strumento ogni giorno, dopo poco tempo si ritroveranno tra le mani un'eccellente cartina al tornasole di tutto il materiale raccolto nel corso delle varie ricerche on line, una vasta selezione di contenuto di grandissimo valore, raffinato e selezionato, comparabile a una vera e propria biblioteca.

Riflettendo sul breve profilo tracciato a proposito dei nuovi scenari di rete, verrebbe spontaneo pensare a un vero e proprio processo virtuoso di Rinascimento 2.0, come del resto è stato definito da alcuni. Una gestione del sapere più democratica, proveniente da ogni individuo che abbia il desiderio di partecipare alla grande creazione di senso della propria civiltà. La formazione spontanea di comunità capaci di produrre contenuti di elevata qualità in qualsiasi ambito disciplinare. Addirittura il profilarsi all'orizzonte di una vera e propria intelligenza collettiva in grado di afferrare le redini della cultura contemporanea e condurla verso territori inesplorati. Tuttavia, come accade per ogni grande cam-

biamento *in fieri*, a fronte di un mondo di nuove opportunità si profila tutta una serie di rischi potenziali, uno su tutti: quello della scomparsa dei filtri che da decenni regolano la produzione di senso nella nostra società. Il pensiero va in particolare ai professionisti della cultura intesi in senso ampio: giornalisti, critici, opinion leader, accademici e via dicendo. Aggregazioni spontanee di utenti – seppur competenti, esperti, capaci – potranno sostituire in toto il ruolo che gli uomini di cultura hanno svolto sino a oggi? Con tutta probabilità la risposta è negativa. I due mondi si incontreranno, e per certi versi si sono già incontrati. I giornalisti più illuminati, le testate più lungimiranti, hanno già dato avvio a un confronto con il contesto del Web 2.0. La sfida si gioca caso mai su «come» questi due mondi, per certi versi antitetici, arriveranno a incrociarsi. Se da un lato infatti il rischio è quello di una cannibalizzazione del nuovo fenomeno di rete da parte dei media tradizionali, con i contenuti generati dagli utenti relegati a riserve indiane artefatte prive di alcuna autenticità – e se è vero che dall'altro lato esiste la possibilità che si venga invece a conformare un universo digital-culturale frastagliato, caotico, frammentato all'eccesso – è altrettanto vero che nel mezzo si profilano affascinanti orizzonti.

Mondi da reinventare attraverso architetture cognitive figlie di un'intelligenza comunitaria in perenne evoluzione. Reti di reti i cui nodi sono allo stesso tempo gli opinion leader più autorevoli e ogni individuo in grado di assorbire significato e produrne a sua volta. Scenari artistici inediti frutto di approcci creativi comunitari impossibili da scindere attraverso l'unità di misura del singolo individuo. Processi evolutivi trainati unicamente dal desiderio di dare forma alla massa di significati fluidi in cui siamo immersi.

Troppa grazia? Forse. Certo è che ci troviamo in un momento storico in cui il mondo delocalizzato della rete sembra di nuovo essere un terreno fertile per sfide che non possono essere comprese, e raccolte, attraverso schemi mentali cristallizzati. Chi vedrà (oltre) vivrà.

LE VIE
DELLA PROMOZIONE
Festival letterari:
cultura o spettacolo?

di Roberto Carnero

Del perché mezzo milione di persone sia disposto a percorrere centinaia di chilometri per ascoltare un reading dell'autore prediletto, ovvero come Roberto Benigni sia divenuto lo sponsor di Dante Alighieri. A un decennio abbondante dall'avvio del padre di tutti i festival letterari italiani, quello di Mantova, si impone una riflessione sul ruolo di questo genere di manifestazioni: luoghi in cui si consuma e si produce davvero cultura oppure semplici eventi spettacolari?

In una delle prime pagine dell'esilarante libro di Alessandro Banda, *Scusi, prof, ho sbagliato romanzo* (2006), ci imbattiamo nel personaggio di un docente di scuola secondaria superiore «che passava i mesi estivi frequentando i festival culturali». Quali? Un po' tutti (alcuni sono veri, altri inventati): «Festival della letteratura di Mantova, festival della mente di Sarzana, festival dei cinque sensi di Modena, festival del *noir* di Cattolica, festival del romanzo rosa di Collegno, festival del libro d'arte di Bologna, festival del tascabile di Botticino Sera – e poi Pordenonelegge, Cremonasfoglia, Trevisoconsulta, Vicenzacompulsa...». Amaro l'epilogo: «Così, di festival in festival, non leggeva mai un libro che fosse uno: non ne aveva proprio il tempo».

La tagliente ironia e il pungente sarcasmo di Banda centrano una delle critiche che da più parti vengono mosse al mondo dei festival culturali e letterari. Polemiche che rinascono periodicamente ogni anno sui giornali tra l'inizio e la fine della stagione festivaliera: che comincia grosso modo in tarda primavera, per terminare a metà autunno. I «favorevoli» sottolineano l'importanza del ruolo dei festival a livello di «divulgazione intelligente», nel promuovere la pratica della lettura, l'appeal che questa attività

può iniziare a esercitare anche su chi sia alieno al mondo dei libri a partire dall'incontro personale con gli autori, la possibilità che tali eventi offrono di far conoscere anche autori giovani o non ancora sufficientemente «lanciati».

I «contrari», dal canto loro, smontano una per una queste «lodi». Sostenendo, per esempio, che i lettori «veri» non hanno bisogno di occasioni come i festival per appassionarsi ai libri: lo fanno già per conto loro e a prescindere da «cause esterne». Si dice, poi, che i finanziamenti pubblici ai festival sottraggono risorse ai già striminziti budget stanziati per l'acquisto dei volumi per le biblioteche. O, ancora, che la spettacolarizzazione della cultura in eventi come i festival è la negazione stessa di un'esperienza culturale autentica, condotta a livello personale e con la possibilità che essa si sedimenti nell'esperienza degli individui.

In tal modo la cultura si trasforma, per usare la fortunata espressione di Dwight Macdonald (nel suo saggio *Masscult and Midcult*, prima edizione americana 1960), in *midcult*. Cioè cultura depotenziata, ridotta a consumo e, appunto, a puro spettacolo, da fruire come un prodotto e niente più. Da parte di un pubblico piccoloborghese con velleità artistiche e culturali, a cui la moderna società di massa provvede un'offerta adeguata.

Così, nel caso dei festival letterari, la persona fisica dello scrittore, nel momento della sua *performance* in pubblico, diventa quasi più importante dei suoi stessi libri. Ciò che conta non è l'opera (che rimane), ma l'evento (che si produce per poi finire subito). Nel mondo post-televisivo, un'opera letteraria non esiste o non è interessante se non le si crea attorno un «evento» capace di renderla appetibile e, prima ancora, «presente».

Forse l'idea-chiave delle critiche rivolte ai festival risiede proprio nei concetti di «spettacolo» e di «spettacularizzazione». Tanto che appaiono perfettamente applicabili alla fattispecie del fenomeno di cui ci stiamo occupando le considerazioni espresse da Guy Debord nel suo celeberrimo saggio *La società dello spettacolo*. Lo scritto del pensatore francese risale al 1967, quando evidentemente i festival letterari erano ancora ben al di là da venire. Ma quando egli parla di un mondo reale sull'orlo di trasformarsi in un complesso di immagini e di uno spettacolo che, di conseguenza, sarebbe diventato la principale produzione della società attua-

le, dice qualcosa che ben si attaglia anche al nostro caso. Debord, in altre parole, sostiene che lo spettacolo avrebbe soppresso la realtà. Cioè, *mutatis mutandis*, i festival, come esperienza mediata e spettacolarizzata della cultura, hanno soppresso l'esperienza diretta della cultura. E anche se non si condivide un giudizio così estremo, non si può tuttavia non riconoscere come spesso l'evento pubblico e spettacolare rappresenti per molti l'indispensabile reagente affinché l'esperienza culturale si attivi.

Un caso analogo è quello delle letture dantesche operate da alcuni interpreti più o meno illustri. In Italia in quasi tutte le case delle persone scolarizzate c'è una copia della *Commedia* di Dante. Eppure quest'opera è tornata «di moda» presso un vasto pubblico solo di recente, cioè da quando prima Vittorio Sermonti (per un pubblico più ristretto) e poi Roberto Benigni (per un pubblico più vasto) hanno preso a leggerla nei teatri o in televisione. Sarà anche colpa della scuola che non sempre è in grado di trasmettere il piacere della poesia e, più in generale, della letteratura, ma un po' spiace che ci sia bisogno dell'intervento di un comico per far amare i versi di Dante.

Una riflessione sul fenomeno dei festival letterari e culturali si impone dopo che un decennio abbondante è trascorso dall'avvio delle prime esperienze italiane di vasto respiro. Nel 1996 nascevano infatti il Festivalletteratura di Mantova e Chiaroscuro di Asti. Il primo, in particolare, sarebbe diventato poi il modello a cui si ispireranno analoghe esperienze un po' in tutta la Penisola: pubbliche letture e presentazioni di libri, colazioni, pranzi e cene con gli autori, eccetera. In realtà Mantova si rifaceva a sua volta a un modello straniero assunto esplicitamente in quanto tale, il più antico festival della cittadina gallese di Hay.

Ma quanti sono i festival letterari in Italia? Un censimento ufficiale dotato di incontrovertibile precisione non esiste. Ma le stime dell'Aie (Associazione italiana editori) parlano di circa 200 iniziative, localizzate in larga parte nelle regioni del Nord e del Centro, mentre in quelle del Sud gli appuntamenti sono percentualmente meno (con l'eccezione della Puglia). E, come argomenti, c'è davvero un po' di tutto: dal giallo al fumetto, dalla saggistica scientifica alla letteratura di viaggio, dalla Bibbia e dalle religioni alla filosofia.

Si calcola che gli italiani che prendono parte a questi eventi sono più di un milione ogni anno. In genere si tratta di persone di media e alta cultura (43 su 100 sono laureati), a conferma del fatto che i festival, più che creare nuovi lettori, agiscono su chi ha già una soglia elevata di attenzione al mondo del libro e della lettura. In genere è la popolazione locale che accorre alle singole iniziative disseminate sul territorio. Ma in alcuni casi, come Mantova, spesso arriva molta gente anche da fuori: per i giorni del Festivalletteratura gli hotel della città sono tutti esauriti. E, comunque, il 56% dei partecipanti ai festival si dichiara disposto a percorrere oltre 150 km per ascoltare un autore di loro interesse.

Del resto il bacino delle iniziative, dagli albori festivalieri del 1996, è cresciuto in maniera esponenziale. Tanto che qualcuno ha evidenziato la necessità di attivare un coordinamento tra le varie sedi. Sempre più spesso è capitato infatti che uno stesso autore (italiano o straniero che sia) venga «conteso» tra due o più festival attivi nelle stesse date. Per parte loro, richiesti da molti festival, gli scrittori più «gettonati» hanno iniziato ad avanzare richieste economiche sempre più salate, spesso da autentiche star. Ma i festival non erano nati per avvicinare gli scrittori ai lettori? In realtà, stando così le cose, sembra che gli scrittori siano diventati delle *vedette* che fanno sempre più le preziose. Magari finendo con l'essere, semplicemente, i testimonial di un prodotto, il loro libro.

Lo aveva intuito, già negli anni ottanta, un'autrice come Doris Lessing. La quale si lamentava di come i tour promozionali a cui i suoi editori la sottoponevano assomigliassero sempre più a veri e propri *tour de force*. In tal modo funzionali più al mercato e all'industria editoriale (con i relativi fatturati) che non a quella diffusione di cultura su cui qualcuno, parlando di festival, ancora si illude.

LE VIE
DELLA PROMOZIONE
Lo spot di un libro
di Tina Porcelli

Non sarà che oltre a un decennio di ritardo dobbiamo vincere anche una diffidenza atavica? Spot del libro orientato dal marketing o cortometraggio mirato all'espressione artistica, il booktrailer è il più recente tentativo di modernizzare la comunicazione libraria: un breve filmato che cerca di catturare e trasmettere l'atmosfera del libro. Nato negli Usa come strategia promozionale indirizzata a lettori giovani, fruitori di nuove tecnologie ma non frequentatori delle librerie, in Italia soffre ancora la cautela degli investimenti, le incertezze di posizionamento e soprattutto la mancanza assoluta di un progetto estetico di forma e contenuti.

In Italia li chiamiamo *booktrailer*, all'estero preferiscono definirli *book short*, *animated trailer* o *book promo*. Si tratta di film brevi, costruiti sul modello dei trailer cinematografici, con lo scopo di evocare i contenuti e le atmosfere dei romanzi per suscitare l'interesse di potenziali lettori. Durano da un minimo di 30 secondi fino a un massimo di 5, 6 minuti. Nati poco più di un decennio fa negli Usa, si sono diffusi in Canada, Olanda, Gran Bretagna e Germania, approdando in Italia solo negli ultimi cinque anni. I *booktrailer* per essere efficaci hanno alcune peculiarità sulle quali tutti sembrano concordare. Devono catturare lo spirito e l'atmosfera del libro senza prevaricare le aspettative del lettore, né introdurre elementi chiave quali aspetto e caratterizzazione dettagliata dei personaggi. Siccome non si tratta di trasposizioni dei romanzi, viene messa in conto la non fedeltà alla fonte d'origine, tanto è vero che i registi non necessariamente si confrontano con gli autori dei libri. I realizzatori dei *booktrailer* possono leggere il libro per intero o soltanto i primi capitoli; possono produrre autonomamente una sceneggiatura o limitarsi a trasporre in immagini una scaletta stilata dagli esperti di comunicazione della casa editrice. Ne consegue un panorama diverso a seconda dei paesi,

delle potenzialità produttive e distributive, delle singole strategie editoriali. Attualmente, in Italia il *booktrailer* fatica a ritagliarsi uno spazio autonomo e oscilla tra la diffidenza di refrattari addetti ai lavori, da una parte, e la curiosità pionieristica, dall'altra. Anche i filmati realizzati variano enormemente, passando da registri più narrativi con una voce fuori campo che legge brevi frasi del libro e un pacato sottofondo musicale, a forme più simili al videoclip con inquadrature scandite dal montaggio rapido e parole chiave in sovrimpressioni.

Negli Usa il *booktrailer* nasce come strategia promozionale indirizzata prevalentemente a una fascia di potenziali lettori giovani, poco predisposti alla frequentazione delle librerie ma abituali fruitori degli spazi creati dalle nuove tecnologie video e dall'informatica tra cui, principalmente, Internet. Criticando aspramente i siti editoriali che si limitavano a proporre copertine di libri con un abstract del volume, foto dell'autore, alcuni commenti e recensioni, gli esperti di marketing americani li avevano giudicati noiosi e banali, privi di creatività, impostati sostanzialmente sul modello del testo letterario e non del prodotto multimediale specifico della rete. La scommessa *booktrailer* ha origine da considerazioni molto semplici. Se un sito popolare riesce a raggiungere la ragguardevole cifra di novecentomila contatti in un giorno, perché non provare a modernizzare la comunicazione libraria collocando sul sito dell'editore brevi filmati visibili dagli utenti?

I primi *booktrailer* vengono diffusi capillarmente dagli editori americani su ogni spazio disponibile on line: dalle riviste di letteratura alla home page di Amazon, passando per YouTube, MySpace e persino per i blog. Accorgendosi dell'enorme potenziale del prodotto, le case editrici cominciano ad allegarli alle schede di presentazione inviate alle librerie e alle cartelle stampa per i giornalisti e per i media. Fino a esplorare nuove considerevoli destinazioni quali le sale cinematografiche, i festival letterari, le fiere del libro, le postazioni video nelle librerie, gli schermi negli aeroporti, negli autogrill, nelle stazioni ferroviarie e metropolitane, gli iPod, i canali tematici, le reti a banda larga, la tv via cavo e soprattutto – in questi ultimi anni – il potenziale mercato dei *mobile* che sta trasformando sempre più il telefono cellulare in uno schermo portatile multimediale dalla famelica necessità di contenuti. Di

conseguenza si amplia anche il target di utenti a cui il prodotto è destinato tanto che, in alcuni paesi stranieri, il *booktrailer* è ormai un fenomeno di vaste proporzioni in costante incremento.

In Italia, le case editrici più grandi stanno alla finestra a guardare come evolverà il fenomeno nell'imminente futuro, perseverando con strategie di comunicazione più tradizionali che puntano sui tour di presentazione coadiuvati dalla stampa cartacea e televisiva. Preferiscono scommettere su una tipologia di prodotto-libro innovativo, piuttosto che osare una strategia di lancio elaborata, costosa e soprattutto non supportata da effettivi riscontri di mercato. Diverso invece il punto di vista degli editori medio-piccoli, desiderosi di testare più canali, nella speranza di accaparrarsi nuove potenziali fasce di lettori. È il caso della veneziana Marsilio, pioniera nella sperimentazione e produzione di *booktrailer*.

Tutto comincia nel 2004 dal concorso *Ciak si legge-Grinzane Cinema*, fermatosi però alla sua prima e unica edizione, svoltasi a Stresa dal 13 al 16 ottobre 2004. Sessanta i concorrenti (di età non superiore ai 35 anni per regolamento), diciannove i finalisti i cui lavori vengono messi in rete per essere votati dal pubblico, con il risultato di annoverare circa seimila visitatori votanti in pochi mesi; contemporaneamente i *booktrailer* selezionati vengono trasmessi in una striscia di dieci minuti su Rete4 in seconda serata. Dal concorso scaturisce un gruppo di neofiti videomaker italiani battezzatisi Bonsaininja, ai quali Marsilio commissiona il *booktrailer* del romanzo noir *Baciami Giuda* di Will Christopher Baer e lo presenta al Courmayeur Noir in Festival 2005. Subito dopo la Marsilio attiva una collaborazione con l'Istituto Europeo di Design-Arti Visive di Milano, chiedendo ad alcuni studenti del corso di Video Design di realizzare come progetto di tesi dei *booktrailer* ispirati ai primi due romanzi della nuova collana di narrativa italiana «Marsilio X». Alacrán e Fazi cavalcano presto la sperimentazione dei *booktrailer*, ora seguite da Mondadori che ha appena realizzato il suo primo per *Il totem del lupo*.

Nel frattempo la catena di librerie Fnac, visto lo scarso entusiasmo degli editori interpellati, ha pensato di muoversi in proprio e ha realizzato per la Festa Mondiale del Libro del 23 aprile 2007 dei *booktrailer* che promuovessero il piacere di leggere, proiettandoli nell'ambito di vari eventi cittadini e nei punti visione al-

lestiti all'interno dei loro negozi. Anche Rai Educational entra in gioco e alla Fiera del Libro di Torino 2007 presenta sei *booktrailer* della nuova trasmissione *Cult Book*, in onda sul canale satellitare, prodotti in cooperazione con un laboratorio indetto dalla Biblioteca comunale di Firenze nel maggio di quest'anno. Le case editrici stanno a guardare ma nella maggior parte dei casi non gradiscono il fatto di non essere state interpellate e di non avere avuto voce in capitolo sulla realizzazione di un prodotto tratto dai loro libri. Nella situazione che si va configurando in Italia ci sono alcuni elementi su cui è importante porre l'accento, e che possiamo grossomodo dividere in tre direttrici principali: costi; canali; qualità del prodotto.

Il fattore costi è ovviamente la maggiore preoccupazione degli editori, disorientati da un mezzo che necessita competenze e strumenti diversi da quelli di loro pertinenza. Negli ultimi mesi in Italia sono fiorite rampanti società che si definiscono «specializzate in *booktrailer*» e che, previe direttive editoriali, consegnano un ammiccante spot a costi contenuti che variano da due-tremila euro a un massimo di diecimila. I sostenitori dei *booktrailer* dichiarano che gli autori dei video sono giovani e accettano compensi molto più bassi di quelli normalmente previsti per il cinema o la televisione. E qui tocchiamo con mano una delle grosse differenze rispetto alle case editrici straniere, e non è un caso che nel nostro paese nessun *booktrailer* sia stato realizzato da un regista importante. In Italia il *booktrailer* è considerato uno spot che deve costare poco; all'estero è un prodotto di qualità su cui investire e da fare crescere. Tanto è vero che mentre tutti i *booktrailer* prodotti fino a ora in Italia sono realizzati esclusivamente su supporto video, in Canada dove i principali finanziatori sono le televisioni e il governo, gli editori possono permettersi anche la più sofisticata (e costosa) pellicola 16mm e l'ingaggio di registi o artisti noti, che apportano al *booktrailer* il valore aggiunto di un paratesto di pregio e non esclusivamente quello dello spot usa e getta.

Così com'è concepito oggi in Italia, il *booktrailer* difficilmente potrà crescere e ritagliarsi uno spazio autonomo perché manca assolutamente un progetto estetico di forma e contenuti. Relegato per lo più su Internet, penalizza gli utenti con browser vecchi o collegamenti lenti, ed è pensato esclusivamente per il tar-

get giovanile. Ma soprattutto viene distinto dagli addetti ai lavori in due categorie: lo spot, mirato al marketing del prodotto e prediletto dagli editori; oppure il cortometraggio del libro, mirato all'espressione artistica che però finisce per svelare troppo del romanzo e non funziona a livello di comunicazione. L'esperienza dei videoclip musicali ha molto da insegnare al mercato letterario, soprattutto adesso che il digitale terrestre si aprirà ai canali tematici e i *mobile* necessitano di contenuti brevi. Molti dei prodotti che si spacciano per *booktrailer* sono mediocri e sciatti, alcuni addirittura si limitano a movimentare la copertina del libro con grossolane sovrapposizioni grafiche di parole chiave e un retorico commento sonoro. Il *booktrailer* è un prodotto visivo potenziale che può affiancare il libro aggiungendo qualcosa all'esperienza della lettura, ma è necessario fare delle scelte estetiche di qualità, a partire dai canali preposti alla diffusione attraverso i quali si potrebbe anche pensare a promuovere un'interazione effettiva con l'utente. Va da sé che un *booktrailer* concepito per Internet andrà progettato diversamente da quello finalizzato alla diffusione nelle librerie o in spazi simili. E anche la scelta del realizzatore avrà il suo peso: perché non commissionare a Dario Argento lo spot di un romanzo giallo?

I LETTORI

Letture sotto inchiesta

Libri e mestieri:
oltre la lettura per il tempo libero
di Pierfrancesco Attanasio

Leggere, comprare...
di Giovanni Peresson

Il pubblico delle biblioteche

Il difficile accesso dei fumetti
alle biblioteche
di Michele Ginevra

**LETTURA
SOTTO INCHIESTA
Libri e mestieri:
oltre la lettura
per il tempo libero**
di Pierfrancesco Attanasio

Il bacino dei lettori professionali diminuisce in un quinquennio di un milione di unità. La nuova classe dirigente sembra essere composta da non-lettori e la contrazione maggiore si registra, paradossalmente, nei giovani in cerca di prima occupazione. Ma quale futuro aspetta un paese in cui la scuola si accanisce sul prezzo dei libri, ma non è in grado di spiegare ai giovani il loro valore come strumento per migliorare le chance di trovare lavoro e crescere professionalmente una volta occupati?

Che futuro ha un paese dove più della metà della classe dirigente non legge alcun libro in un anno per aggiornare il proprio bagaglio professionale? E, soprattutto, dove questa percentuale tende a crescere?

L'indagine Istat sulla lettura del 2006 offre innumerevoli spunti, grazie a una ricchezza di dati e una robustezza metodologica che – occorre dirlo – non ha eguali nel panorama delle statistiche sulla lettura a livello internazionale, come per altro ha dimostrato un recente studio condotto da un gruppo di operatori europei, tra i quali l'Associazione italiana editori e le Federazioni degli Editori e dei Librai europei. I dati del 2006 sono ancor più preziosi perché consentono un confronto con l'indagine del 2000 durante la quale erano state introdotte notevoli innovazioni metodologiche, confermate nella nuova rilevazione.

Uno degli aspetti più interessanti riguarda lo studio della lettura per motivi professionali e di studio, con esclusione dei libri di testo obbligatori. Già nel 2000 i dati inducevano a un certo sconforto: solo un occupato su quattro dichiarava di leggere un libro per ragioni professionali, e solo un dirigente o libero professionista su due e solo un giovane in cerca di occupazione su 10!

La rilevazione 2006 mostra andamenti generalmente in crescita della lettura (ne parla più estesamente Giovanni Peresson in questo stesso volume), con la vistosa eccezione della lettura professionale. Ciò è avvenuto in un lustro durante il quale la retorica della società della conoscenza, dell'economia fondata sul capitale umano è letteralmente esplosa, divenendo il cliché massimo della nostra epoca. Ed è allora triste constatare che, a fronte di tante chiacchiere, la tendenza registrata in Italia sia invece l'opposta: la lettura professionale sistematicamente si riduce, per tutte le categorie in cui l'Istat suddivide la popolazione attiva (Tabella 1).

Tabella 1 – Lettura professionale per condizione professionale (confronto 2000-2006, valori in percentuale)

	2006	2000	Var. %
Occupati	19,1	23,9	-4,8
<i>Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti</i>	38,4	45,8	-7,4
<i>Direttivi, quadri, impiegati</i>	27,2	35,0	-7,8
<i>Operai, apprendisti</i>	6,1	8,3	-2,2
<i>Lavoratori in proprio e coadiuvanti</i>	11,0	15,5	-4,5
In cerca di nuova occupazione	6,2	8,4	-2,2
In cerca di prima occupazione	8,7	11,6	-2,9
Totale popolazione	10,0	12,5	-2,5

Fonte: Elaborazioni su dati Istat, indagini 2000 e 2006 sulla lettura (www.istat.it)

L'andamento è particolarmente evidente nelle classi dirigenti del paese: -7,4% nella categoria «dirigenti, imprenditori e liberi professionisti», -7,8% per «direttivi, quadri, impiegati», ma – si ha l'impressione – solo perché nelle altre categorie le percentuali sono così basse da non consentire ulteriori riduzioni significative. Alcune tendenze sono più chiare se si guardano i valori assoluti (Tabella 2).

Il bacino dei lettori per ragioni di aggiornamento professionale – non dimentichiamolo, anche in termini di mercato, un segmento di assoluto rilievo – sembra diminuire in un quinquennio di un milione di unità nella popolazione italiana, da 6 a 5 milioni di persone.

**Tabella 2 – Lettura professionale per condizione professionale
(confronto 2000-2006, valori assoluti in migliaia di persone)**

	2006	2000	Var. %
Occupati	4.315	5.167	-16,5
<i>Dirigenti, imprenditori, liberi professionisti</i>	1.067	1.065	+0,2
<i>Direttivi, quadri, impiegati</i>	2.430	2.932	-17,1
<i>Operai, apprendisti</i>	470	612	-23,2
<i>Lavoratori in proprio e coadiuvanti</i>	348	558	-37,6
In cerca di nuova occupazione	91	95	-4,2
In cerca di prima occupazione	129	185	-30,3
Totale popolazione	5.012	6.094	-17,8

Fonte: Elaborazioni su dati Istat, indagini 2000 e 2006 sulla lettura

Balza agli occhi che, in valori assoluti, vi è una categoria, quella dirigenziale, in cui non si registra una diminuzione. Ma abbiamo visto che i valori percentuali sono invece significativamente diminuiti, il che è accaduto in quanto la numerosità della classe è aumentata. Sembra allora che la *nuova* classe dirigente sia largamente composta da non lettori, il che aumenta la preoccupazione. Così come francamente sconcertante è il fatto che una delle categorie che conoscono la maggiore contrazione percentuale è quella dei giovani in cerca di prima occupazione. Non sembra allora imprudente un'interpretazione che punti il dito verso il sistema educativo italiano che evidentemente non è in grado di spiegare ai giovani il valore dei libri come strumento per migliorare le chance di trovare un lavoro e di crescere professionalmente una volta occupati.

D'altro canto, c'è davvero da stupirsi che questo accada se nella scuola l'attenzione di famiglie e media è solo concentrata sul prezzo dei libri e mai sul loro valore (nell'abituale polemica, quest'anno più furibonda del solito, che ha accompagnato l'inizio dell'anno scolastico abbiamo dovuto anche leggere su un giornale di primaria importanza quale iattura fosse il fatto che dovendo sostenere la spesa per i libri i genitori erano costretti a comprare uno zaino non griffato!)? E se nelle università i libri sono merce sempre più rara, sostituiti da fotocopie, appunti, «dispense» spesso improbabili? Non ho trovato statistiche in proposito, e sarei

lieto di essere smentito, ma più di un bibliotecario mi ha riferito di una drammatica riduzione, negli ultimi anni, dei prestiti delle biblioteche universitarie.

Tali considerazioni sembrano confermate dall'analisi per classi di età (Tabella 3). Sono infatti le classi più giovanili quelle dove la riduzione è più significativa, ed in particolare quelle in cui sono collocati i ragazzi appena usciti dalle università (25-35 anni), nonché, presumibilmente, i neodirigenti (35-45 anni).

Tabella 3 – Lettura professionale per classe di età e per sesso (confronto 2000-2006, valori in percentuale)

Età	Totale			Maschi			Femmine		
	2006	2000	Var. %	2006	2000	Var. %	2006	2000	Var. %
20-24	8,4	11,3	-2,9	8,3	11,7	-3,4	8,5	10,9	-2,4
25-34	16,2	20,9	-4,7	16,1	23,0	-6,9	16,4	18,8	-2,4
35-44	15,8	21,0	-5,2	17,5	25,0	-7,5	14,1	17,0	-2,9
45-54	14,8	16,3	-1,5	18,0	21,1	-3,1	11,7	11,7	0,0
55-59	10,4	8,1	+2,3	13,4	12,0	+1,4	7,6	4,3	+3,3
60-64	4,7	5,0	-0,3	7,3	8,1	-0,8	2,0	2,1	-0,1
65-74	1,3	2,2	-0,9	2,5	3,9	-1,4	0,4	1,0	-0,6
75 e più	0,3	1,0	-0,7	0,9	2,4	-1,5	0,0	0,1	-0,1
Totale	9,1	11,3	-2,2	10,6	14,1	-3,5	7,7	8,7	-1,0

Fonte: Elaborazioni su dati Istat, indagini 2000 e 2006 sulla lettura

È interessante notare anche come il fenomeno si evolva in modo diverso in relazione al sesso. Com'è noto, le donne sono nel tempo libero lettrici molto più assidue degli uomini; ciò non è vero per la lettura professionale, in ragione della minore qualificazione media del lavoro femminile nel nostro paese. Nei sei anni tra le due indagini, tuttavia, la distanza si riduce drasticamente, in quanto il forte calo nei tassi di lettura riguarda soprattutto i giovani (e neanche tanto...) maschi (-7% circa tra i 25 e i 45 anni), così che nelle classi più giovanili le donne (il «sesso forte», verrebbe da dire, quando si parla di libri letti) sopravanzano i loro coetanei anche per questo tipo di lettura.

L'unica interpretazione non disperante per la società e l'economia italiana di questi dati potrebbe essere quella di una sostituzione, nelle classi giovanili, dell'aggiornamento professionale tramite i libri con quello con altri strumenti, e in particolare Internet. Non vi sono dati, nell'indagine che stiamo analizzando, per confutare o confermare questa ipotesi, ma la sua verosimiglianza è debole se si pensa che tutte le indagini sul tema mostrano come vi sia una stretta correlazione tra l'uso avanzato dei media digitali e quello dei libri. Da ultimo, l'indagine 2006 dell'Osservatorio permanente sui contenuti digitali, fondato da Aidro, Aie, Fimi, Cinecittà Holding e Univideo, utilizzando tecniche di *clustering* per descrivere la relazione tra consumi culturali e tecnologici, ha mostrato come esistano sì gruppi di popolazione (prevalentemente giovani e maschi) che usano molto le tecnologie senza essere lettori, ma lo fanno per lo più per frequentare chat o scaricare suonerie e non per il paziente lavoro di ricerca di fonti attendibili richiesto dall'aggiornamento professionale.

Mi è capitato in passato che le analisi delle statistiche sui libri e la lettura che ho proposto su *Tirature* siano state criticate per eccesso di ottimismo, per una certa mia tendenza a vedere il bicchiere sempre mezzo pieno. In questo caso, tuttavia, mi è difficile non pensarlo desolatamente semivuoto. Vorrei che ciò dipendesse dagli anni che passano che hanno ingrigito gli occhi dell'analista e non asciugato il bicchiere. Ma la crudezza dei numeri mi rende difficile crederlo. Mi induce invece a segnalare una emergenza culturale, che è anche economica e civile. Sarà allora importante che nei piani di promozione di cui tanto si parla – in particolare in vista della creazione di un Centro del libro e della lettura anche nel nostro paese – si tenga conto anche della funzione professionale del libro, dell'esigenza di educare giovani e adulti non solo al *piacere* ma anche alla *fatica* della lettura.

**LETTURA
SOTTO INCHIESTA
Leggere, comprare...**
di Giovanni Peresson

Scegliamo prima il libro o la libreria? Si fa strada la consapevolezza che prima di comprare un prodotto il cliente decide di acquistare (scegliere) il punto vendita: così il pubblico premia i cambiamenti nell'offerta commerciale che vanno incontro ai suoi mutati bisogni di procurarsi libri. La vecchia edicola si scopre canale multimediale per eccellenza, mentre i multistore propongono assortimenti di contenuti editoriali (libri, musica, cinema, informazione) che hanno reciprocità complesse tra di loro e si aprono a contaminazioni tra le modalità di fruizione; e intanto, sempre più ai tradizionali canali fisici si affiancano quelli che consentono l'accesso a contenuti «on».

Alla Fiera del libro di Torino nel maggio scorso era stata presentata, e animatamente discussa in alcuni snodi che riguardavano alcune tipologie di lettura – la lettura «morbida» deve o meno essere considerata alla stessa stregua della «lettura nel tempo libero»? e i lettori «morbidi» godono o no di uno statuto diverso e speciale (inferiore)? – e i canali d'acquisto, l'ultima indagine quinquennale dell'Istat sulla lettura degli italiani.

Un ricerca molto ricca di spunti, dati, informazioni: su chi legge e chi no; sul profilo del lettore e dei non lettori; su come ci si procura i libri da leggere; sulla presenza di libri (e quali) nelle famiglie italiane; sulla lettura dei collaterali ecc. (un'ampia sintesi in <http://www.istat.it/salastampa/comunicati>, con i relativi file Excel). Tanto più con la possibilità di un confronto – reso possibile dalla sostanziale omogeneità e continuità di rilevazione – tra la situazione del 1995 e il 2006. Dati, tra l'altro, che rappresentano il primo scenario del mercato della lettura in Italia all'alba del ventunesimo secolo. E alla fine di un quinquennio caratterizzato dal fenomeno dei collaterali, dalla diffusione di Internet, della telefonia cellulare, del Web 2.0 con tutto ciò che significano in relazione ai comportamenti di lettura, di acquisto di libri, di accesso a contenuti edito-

riali (rinvio per questa parte ai dati dell'Osservatorio permanente sui contenuti digitali© e all'intervento, in questo stesso numero di *Tirature*, di Cristina Mussinelli).

Un'indagine, vogliamo ricordarlo, condotta non su un campione di 2-3mila intervistati, bensì su 24mila famiglie corrispondenti a circa 54mila individui distribuiti in oltre 800 comuni. Quindi con una solidità del dato – e una possibilità di approfondimento – difficilmente confrontabile rispetto ad altri contesti di ricerca.

Un primo approccio all'esame di questi dati è quello dei tempi lunghi, delle lente derive che il mercato della lettura subisce e porta con sé come conseguenza di vicende sociali e storiche di ciascun paese. E con le quali le politiche di intervento sociale dovrebbero sapersi misurare e offrire concrete soluzioni. Basta ricordare come nel 1957 solo nel 17,5% delle famiglie italiane vi era «almeno una persona» che affermava di leggere dei libri e non vi erano significative differenze territoriali tra Nord e Sud del paese. Mentre oggi tra Trentino Alto Adige (73,6%) e Sicilia (48,3%) sono oltre 20 i punti di differenza. Erano invece molto più accentuate di oggi le differenze sociali che tendono piuttosto a ridursi. Nel 2006, troviamo un 79,1% di lettori tra «dirigenti, imprenditori e liberi professionisti», e un 53,4% tra gli «operai», quando nel 1973, per non andare troppo indietro nel tempo, la lettura dei primi raggiungeva il 55,8%, quella degli «operai» il 17,6%. Una forbice che si riduce tra le due categorie di quindici punti percentuali in poco più di un trentennio.

La fotografia che Istat ci forniva nel 1973, rispetto a quella di metà anni cinquanta, ci mette di fronte a un quadro che inizia a riflettere la prima grande crescita della lettura nel nostro paese. In quell'anno, in occasione dell'indagine decennale sulla lettura – dalla «famiglia» si è nel frattempo deciso di passare alle «persone» con più di 6 anni di età – si arriva al 49,3% degli italiani che affermano di aver letto «almeno un libro non scolastico» nei dodici mesi precedenti. Nel 1995 si ha un ulteriore passo in avanti in direzione dell'allargamento del mercato, raggiungendo il 62,3% della popolazione. Un lungo periodo di crescita, e di allargamento della base e del mercato della lettura, guidato dagli imponenti processi di tra-

sformazione sociale del paese: l'estensione dell'obbligo scolastico, la lotta alla dispersione scolastica, la scolarizzazione di massa, l'apertura dell'università, la crescita economica e quella demografica, l'aumento del reddito delle famiglie, i processi di migrazioni interne e il passaggio da un'economia agricola a una industriale prima, e poi a una «postindustriale» e dei «servizi» successivamente, l'impegno sociale e politico degli anni settanta-ottanta ecc.

Una trasformazione a cui ha corrisposto da parte degli editori un complesso processo di trasformazione dell'organizzazione delle loro imprese, il passaggio dalla figura dell'«editore padrone» a gestioni tendenzialmente manageriali, a una generale crescita della produzione libraria (nel 1980 venivano pubblicate 8.524 novità di «varia adulti»; oggi sono 32.147), di innovazione di prodotto e di genere (si pensi solo ai «Maestri del colore», agli «Oscar», alle «Garzantine», a «Harmony», all'*Enciclopedia europea*, ai «Millelire»). Ma anche di innovazione nei processi: distributivi in primo luogo, ma anche nella comunicazione. Si pensi cosa ha significato Librerie Feltrinelli per una parte del pubblico di lettori di quegli anni; o, poco più di un decennio dopo, il diffondersi dei banchi libri nei supermercati e nei grandi magazzini.

Poi inizia la fase in cui attualmente ci troviamo a vivere. Quella di una sostanziale stabilità: nel 2000 legge il 60,4% degli italiani; nel 2006 il 60,9%. O di una crescita molto lenta e di altrettanto improvvisi cali nella lettura. Certo alcune tipologie di lettura, quella nel tempo libero e che con più facilità identifichiamo come lettura vera e propria, mostrano in anni recenti andamenti positivi, mentre diminuisce quella fatta magari ancora nel tempo libero ma «per motivi professionali» e/o educativi, o fatta esclusivamente per ragioni professionali e che risente – possiamo ipotizzare – della concorrenza portata da Internet, come mostra l'intervento di Pierfrancesco Attanasio in questo stesso numero di *Tirature*.

In fondo è sulle ragioni di questa stabilità – o di bassa velocità di crescita che non permette di raggiungere i paesi che stanno davanti (contrariamente a quanto sta avvenendo in Spagna; Precisa Research, *Hábitos de lectura y compra de libros 2006*) – che si versano in questi anni fiumi d'inchiostro.

Come si vede dalla Tabella 1 – in una delle poche (e recenti) indagini condotte con una metodologia di campionamento e di

rilevazione comune – il nostro paese è staccato tra 9 (Francia) e 22 punti (Uk) nella «lettura» di libri in generale (popolazione >14 anni di età). Tra i lettori abituali (ma per «abituale» qui si intende chi ha letto «almeno tre libri» all'anno!) la distanza è compresa tra gli 8 punti della Spagna e i 24 del Regno Unito.

Tabella 1 – Lettori di libri in Italia e in alcuni altri paesi europei (valori in percentuale e in valore assoluto)

	Italia	Spagna	Francia	Germania	Uk
Lettori*	53,3%	68,1%	62,0%	72,6%	75,0%
Lettori abituali**	39,8%	47,7%	48,3%	60,2%	63,7%
Lettori (in proiezione)*	27.203.000	25.478.000	32.107.000	51.410.000	37.232.000
Lettori abituali (in proiezione)**	20.318.000	17.846.000	25.012.000	42.559.000	31.623.000
Acquirenti*	48,5%	53,1%	46,6%	61,5%	68,4%
Acquirenti abituali**	33,5%	38,1%	35,7%	50,1%	53,3%
Acquirenti (in proiezione)*	11.193.000	13.529.000	14.962.000	31.617.000	25.467.000
Acquirenti abituali (in proiezione)**	9.113.000	9.707.000	11.462.000	25.756.000	19.845.000

Popolazione con più di 14 anni; indagine con sistema Cati (telefonica); dati sulla popolazione, Eurostat per Spagna, Francia, Germania, Uk (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>), Istat per Italia (<http://demo.istat.it/>).

* Lettori/acquirenti = Hanno letto / acquistato almeno un libro nei 12 mesi precedenti.

** Lettori abituali / acquirenti abituali = Hanno letto / acquistato almeno tre libri nell'ultimo anno.

Fonte: Censis, *Sesto rapporto sulla comunicazione*, 2006

Valori che chiariscono ancora una volta – come le dimensioni assolute in cui si sono tradotti i valori percentuali mettono in evidenza – il quadro competitivo con il quale le imprese italiane, dalle case editrici alle librerie, si trovano a operare. Il mercato potenziale è da noi in buona sostanza simile a quello della Spagna, ma senza avere un mercato linguistico extradomestico di cui le imprese spagnole possono avvantaggiarsi. È del 15% inferiore a quello francese; di oltre un quarto di quello inglese (27%) che può contare sia

nel mass market che in quello universitario-professionale di mercati globali; ed è di quasi la metà (47%) di quello di lingua tedesca.

Un perimetro ristretto del mercato della lettura significa un mercato ancor più ristretto in termini di acquirenti. Significa minori risorse economiche e finanziarie a disposizione dei diversi attori della filiera per innovazione e investimenti. In tecnologie ma anche in nuovi autori, in rinnovamento della distribuzione e dei punti vendita al dettaglio, in processi di internazionalizzazione, nella partecipazione a fiere o missioni all'estero per vendere o comprare diritti. Il nostro mercato coincide con il mercato domestico e la nostra internazionalizzazione passa inevitabilmente per una maggiore capacità (ed efficienza) nella vendita di diritti o nella possibilità di realizzare condizioni con partner stranieri. Magari nei settori in cui potremmo vantare qualche genere di specializzazione produttiva: editoria d'arte, manualistica, editoria educativa o per l'infanzia.

Sono ragionamenti e riflessioni fatti in più occasioni sulle quali non vale la pena ritornare se non – ricordandoli – per rimarcare il perdurare dell'assenza di qualunque intervento strutturale in favore dello sviluppo di biblioteche di pubblica lettura, scolastiche, di promozione della lettura, là dove nel frattempo – per non andare molto lontano – il governo spagnolo ha emanato una legge organica per tutto il settore del libro: Ley 10/2007, de 22 de junio, de la lectura, del libro y de las bibliotecas (Boe, núm. 150, 23 junio 2007). Mi limito a rinviare il lettore ai documenti contenuti nei due «libri bianchi» predisposti dall'Ufficio studi dell'Associazione italiana editori come materiali preparatori agli Stati generali dell'editoria: *Dalla domanda di lettura alla domanda di cultura* (settembre 2004) e *Investire per crescere* (settembre 2006); oltre all'indagine realizzata da Ipsos per Mondadori, *La crescita diseguale. Leggere e comperare libri in Italia 2003-2005* (luglio 2005).

La crescita strutturale del mercato della lettura si è verificata tra gli anni sessanta e settanta. Decenni in cui si sono tesaurizzate in buona sostanza (nel bene e nel male) una serie di imponenti trasformazioni della società italiana. Quelli che si sono verificati successivamente sono stati allargamenti parziali e tutto sommato modesti, e a periodi di crescita si sono alternati improvvisi cali nella lettura o

crescite prossime allo zero: anche se veniamo da alcuni anni in cui la crescita della lettura nel tempo libero è stata più che soddisfacente. Ma questa crescita non ha rimosso alcuna delle caratteristiche peculiari del mercato. Non solo le marcate differenze territoriali, quanto il fatto che poco meno della metà dei lettori nel tempo libero è composta da persone che non vanno oltre i tre libri letti nell'anno (Tabella 2). Se a essi (11,5 milioni di persone), aggiungiamo i lettori «morbidi» (7,1 milioni), coloro che leggono nel tempo libero, ma leggono libri professionali (9,6 milioni), arriviamo alla non trascurabile cifra di 28,2 milioni di persone. Mentre i lettori di più di 11 libri all'anno arrivano a fatica a 3,1 milioni di persone.

Tabella 2 – Lettura di libri in Italia: 1998-2006*
(valori in percentuale e stima in valore assoluto)

	Lettori di almeno 1 libro		Lettori da 1 a 3 libri		Lettori da 4 a 11 libri		Lettori di 12 o più libri	
	%	Stima	%	Stima sui lettori	%	Stima sui lettori	%	Stima sui lettori
1998	41,9	23.026.000	47,8	11.006.000	40,5	9.326.000	11,7	2.694.000
1999	38,0	21.073.000	48,2	10.157.000	38,9	8.198.000	12,9	2.718.000
2000	38,3	21.140.000	49,5	10.464.000	38,4	8.118.000	12,1	2.558.000
2001	40,9	22.575.000	48,1	10.859.000	39,0	8.804.000	12,9	2.912.000
2002	41,2	22.834.000	48,3	11.029.000	39,1	8.928.000	12,6	2.877.000
2003	41,4	22.840.000	48,9	11.169.000	38,8	8.862.000	12,3	2.809.000
2005	42,3	23.125.000	47,5	10.984.000	39,0	9.019.000	13,5	3.122.000
2006	44,1	24.338.000	47,3	11.512.000	39,8	9.686.000	12,9	3.140.000

* Lettori negli ultimi 12 mesi nella popolazione > 6 anni. Escluso il fenomeno della «lettura morbida», per motivi professionali e scolastici.

Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Ma passiamo dalla lettura ai comportamenti che riguardano il modo in cui ci si procura il libro da leggere. La Tabella 3 mostra come sono cambiati in dieci anni i principali comportamenti relativi all'ultimo libro che l'intervistato ha letto.

Tabella 3 – Evoluzione dei comportamenti relativi ai modi in cui ci si procura i libri da leggere (valori in percentuale e stima in proiezione)

	1995		2006	
	%	Stima in proiezione*	%	Stima in proiezione*
L'avevo in casa	20,2	4.740.000	18,4	4.469.000
Prestato da amici o parenti	13,5	3.160.000	12,7	3.085.000
Regalo	12,8	2.994.000	16,3	3.959.000
Prestito bibliotecario	5,9	1.388.000	5,4	1.312.000
Acquistato in:				
libreria	25,3	5.921.000	17,4	4.226.000
cartolibreria	2,3	540.000	–	–
centro commerciale/ supermercato	2,2	524.000	12,9	3.133.000
edicola	6,1	1.437.000	2,2	534.000
corrispondenza	3,4	790.000	1,3	316.000
punti vendita temporanei	1,7	490.000	1,1	267.000
Acquistato con un giornale	3,1	736.000	6,9	1.676.000
In altro modo, non ricorda, non indica	3,4	789.000	5,4	1.311.000

* Popolazione > 6 anni. Sui lettori nel solo tempo libero.

Fonte: Elaborazione su dati Istat

– Al primo posto troviamo una serie di comportamenti di «approvvigionamento» che sono in buona sostanza tutti riconducibili a una sorta di rete sociale e di relazioni in cui il lettore si trova inserito: la presenza di libri in famiglia, il prestito da parte di amici o parenti che frequentano librerie e sono a loro volta lettori, il regalo di amici che frequentano (possiamo ipotizzare) la libreria per procurarsi i libri da regalare. Un ventaglio di opportunità che in questo arco di tempo conservano nel loro insieme il primo posto e non fanno segnare cambiamenti sostanziali nella loro incidenza complessiva. Era il 46,5% nel 1995 si passa al 47,4% del 2006.

– Trascurabile la lettura derivante dal prestito bibliotecario. Appena il 5-6% degli intervistati afferma che il libro che sta leggendo è stato preso in prestito dalla biblioteca. I motivi possiamo spiegarli con l'elevata disomogeneità nella distribuzione terri-

toriale dei servizi di pubblica lettura; con le scarse risorse che non permettono di disporre sempre e tempestivamente delle ultime novità (e magari non in una singola copia); con la trasformazione della stessa biblioteca da luogo di lettura/prestito a spazio dalle forti valenze di socializzazione, studio, preparazione degli esami; con il rinnovamento della sua stessa utenza che coincide con le fasce giovanili in età scolare e universitaria (e con i relativi bisogni) ecc.

– Abbiamo poi il vasto e articolato fenomeno dell'«acquisto» che sta alla base della successiva lettura. Siamo in presenza come si vede di un quadro ben più dinamico e articolato che delinea i primi cambiamenti dei comportamenti del lettore nei confronti dei canali da cui approvvigionarsi dei libri da leggere. Detto in altro modo, fa intravedere cambiamenti degli atteggiamenti nei confronti dei servizi di vendita – espressi dalle diverse formule commerciali – scelti al momento di procurarsi un libro. Il primo è rappresentato dal calo della libreria. Tra 1995 e 2006 si passa da 5,9 milioni di persone (stima in proiezione) che indicano di essersi procurato l'ultimo libro in libreria a 4,2 milioni (-28,6%) di persone; una flessione che potremmo considerare anche più vistosa se considerassimo, come forse dovremmo, le cartolibrerie. A questo calo corrisponde una vistosissima crescita che va in direzione dei nuovi format commerciali che si vanno aprendo all'interno dei nuovi luoghi del consumo: centri commerciali in primo luogo. Si passa dal 2,2% al 12,9% di chi afferma che l'ultimo libro se lo è procurato all'interno di un centro commerciale o in un grande magazzino. In questa crescita c'è sicuramente un'evidente trasformazione avvenuta negli ultimi anni: si pensi ai format/insegne, Feltrinelli Village, Giunti al punto e da ultimi Librerie.Coop, con assortimenti certo più ampi rispetto al tradizionale banco libri di un tempo, e con servizi tipici di una libreria. Ma c'è anche, nella risposta, la rimozione di vecchi pregiudizi e «vergogne» da parte di alcune fasce di lettori.

– L'altro processo è lo spostamento avvenuto nell'edicola. Da canale in cui si comprano «libri» (cala da 6,1% a 2,2%) a un canale che tratta «collaterali»: da 3,1% al 6,9% significa una crescita del 128%! E anche l'edicola è un canale in profonda trasformazione: negli assortimenti (stampa quotidiana e periodica, collaterali, dvd, musica, vendita di servizi come ricariche telefoniche ecc.), nel layout e nelle superfici espositive, nelle tecnologie pre-

sentì nel punto vendita, nelle formule commerciali (il franchising Edicolè di Mondadori ecc.).

Cosa indicano questi dati? Che il pubblico premia i cambiamenti nell'offerta di processi di innovazione commerciale che vanno incontro ai suoi mutati bisogni di procurarsi libri da leggere. Non bisogna mai dimenticare come ognuno di noi prima di comprare un prodotto (libro compreso) decide di «acquistare» (scegliere) il punto vendita con i suoi livelli di servizio; forse oggi scegliere (per alcuni contenuti) anche tra canali fisici e l'on line.

Non possiamo perdere di vista una considerazione a cui ci porta la lettura di due dati molto generali. Il primo è relativo al modo in cui sono cambiate le valutazioni dei benefit attesi dai clienti nel momento di scegliere un punto vendita (Tabella 4).

Tabella 4 – Evoluzione dei benefit percepiti dagli acquirenti al momento della scelta della formula di negozio in cui comprare libri (valori in percentuale)

	2000		2005	
	Grandi librerie di catena	Grandi librerie indipendenti	Grandi librerie di catena	Grandi librerie indipendenti
Maggiore assortimento	55,6%	60,5%	59,0%	41,0%
Servizio e consulenza	51,1%	61,0%	45,0%	39,0%
Assortimento di qualità*	49,6%	59,6%	52,0%	57,0%
Maggiore assortimento di edizioni economiche	32,1%	37,5%	39,0%	21,0%
Esposizione che invoglia l'acquisto	43,1%	47,9%	47,0%	37,0%
Ambiente in cui mi trovo a mio agio	34,5%	43,7%	40,0%	32,0%
Promozioni di prezzo	22,3%	21,7%	39,0%	23,0%
Facilità di parcheggio	12,7%	14,1%	15,0%	10,0%

* «Offrono solo titoli / editori migliori».

Fonte: Ufficio studi Aie su dati Inra-Demoskopea

Come si vede nell'arco di soli cinque anni cambia radicalmente il modo in cui vengono percepiti i benefit che offrono due tra le più importanti tipologie di esercizi commerciali che trattano i libri: le

grandi librerie di catena (multistore compresi) e le grandi librerie indipendenti. Certo nel 2000 le catene avevano ancora una visibilità di insegna meno forte rispetto a quanto non sia cinque anni dopo: il restyling dei layout e dei brand era all'inizio; alcuni format iniziavano solo allora a diffondersi ecc. Ma anche tenendo conto di questo fattore è consistente il processo che si delinea. Nel 2000 le grandi librerie indipendenti, in pressoché tutti i benefit che abbiamo preso in considerazione nella tabella, disponevano di vantaggi strategici rilevanti rispetto alle loro concorrenti. Il 60,5% dei lettori sceglieva la grande libreria indipendente per il «maggiore assortimento» (vs 55,6%); il 61% per il «servizio e consulenza» (vs 51,1%); il 43,7% perché è un ambiente meglio conosciuto («mi trovo più a mio agio», vs 34,5%); il 59,6% perché nella libreria indipendente trovava un assortimento, in termini di titoli/marchi editoriali, valutato come di maggiore «qualità» (vs 49,6%).

La tabella successiva (Tabella 5) rappresenta, in un confronto europeo, come vengono scelti i canali d'acquisto di libri. La domanda che implicitamente sottende è: in che misura la scelta dei luoghi e dei canali in cui vengono acquistati libri in alcuni grandi paesi europei anticipa comportamenti d'acquisto con i quali gli editori italiani dovranno prima o poi confrontarsi?

**Tabella 5 – Canali d'acquisto di libri in Europa
(valori in percentuale)**

	Italia	Francia	Spagna	Germania	Uk
Libreria tradizionale	69,8%	60,8%	65,7%	69,2%	54,5%
Multistore e libreria di grande superficie	11,7%	41,5%	18,8%	53,4%	27,4%
Gdo: supermercato, ipermercato ecc.	18,7%	49,7%	25,5%	13,1%	29,1%
Edicola	7,0%	16,0%	7,6%	3,8%	2,9%
Internet	3,7%	13,9%	4,1%	31,9%	22,1%
Club del libro, vendite per corrispondenza	7,2%	18,6%	15,4%	16,3%	6,9%
Indice di sovrapposizione dei canali	118,10	200,50	137,10	187,70	142,90

Il totale è superiore a 100 in quanto erano possibili più risposte.

Fonte: Censis 2006, Rapporto Censis /Ucsi sulla comunicazione

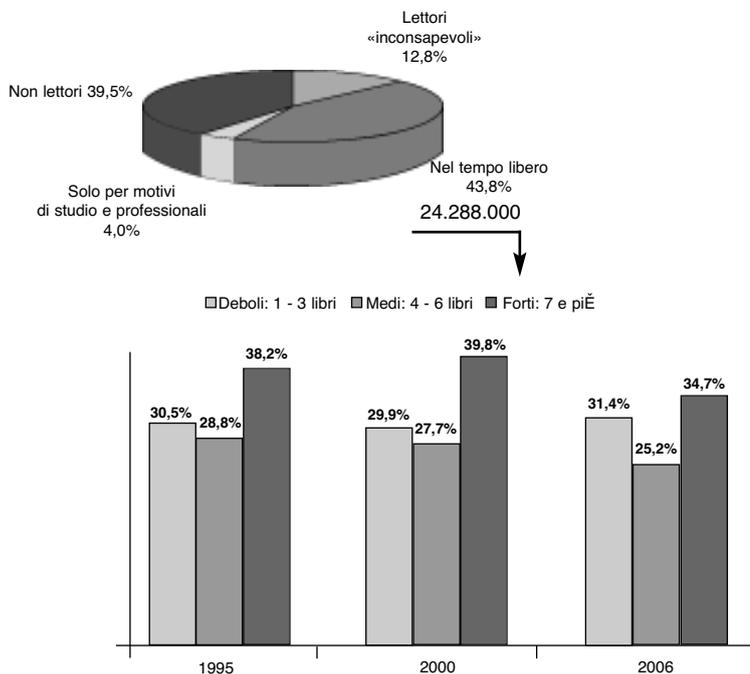
Per esempio l'acquisto on line di libri, con il 3,7% delle indicazioni, presenta nel nostro paese (se si esclude la Spagna) un valore molto distante rispetto a quello che troviamo in Francia (13,9%), Uk (22,1%), Germania (31,9%). Riconducibile certamente alle difficoltà che hanno da sempre avuto da noi le vendite per corrispondenza, ma anche a tempi di apprendimento sull'uso delle tecnologie, diffusione degli strumenti di pagamento elettronico ecc. Lo stesso avviene per i multistore (regno delle catene e delle grandi insegne editoriali): un 11,7% contro il 41,5% della Francia, il 53,4% della Germania e il 27,4% del Regno Unito.

Il dato più interessante è però rappresentato dall'indice di sovrapposizione. Il campione intervistato mostra in Italia una maggiore monocanaltà (118,1) rispetto a quanto vediamo in altri mercati europei dove tutti i valori si collocano tra il 20 e il 70% al di sopra del nostro. Ciò significa maggiore libertà (infedeltà) del lettore/cliente rispetto al punto vendita e alla scelta del canale. Sicuramente lo scenario relativo alle tendenze con cui il sistema distributivo si interfaccia con l'evoluzione del cliente/lettore appare tracciato così nelle sue linee evolutive generali. Ed è su queste tendenze (oltre che meglio comprenderle e declinarle nelle specificità dei mercati domestici) che bisognerà confrontarsi nei prossimi anni.

A questi cambiamenti nei comportamenti d'acquisto – su cui torneremo alla fine – corrisponde un sempre più complesso modo di leggere e intendere la lettura che il Grafico 1 rappresenta.

I lettori nel complesso secondo i dati dell'indagine quinquennale Istat sono il 60,5% della popolazione con più di sei anni di età (escludendo sempre la lettura di libri scolastici di adozione e i manuali universitari: cioè i libri a chiara e univoca lettura «obbligatoria»). Di questi, le persone che dichiarano di aver letto almeno un libro non scolastico nei 12 mesi precedenti nel tempo libero sono il 43,8% della popolazione. Ed è questo il dato che rispecchia quello a cui abitualmente facciamo riferimento. Come si vede, solo per un lieve scostamento (0,3%) risulta essere inferiore a quel 44,1% che teniamo (o possiamo continuare a tenere, Tabella 1) come effettivo indice della lettura tra la popolazione italiana. Tra queste persone vi è un 30,4% che affermano di leggere libri «solo» nel tempo libero.

Grafico 1 – Lettura: numero di libri letti (2006 e 1995-2006)
(valori in percentuale)



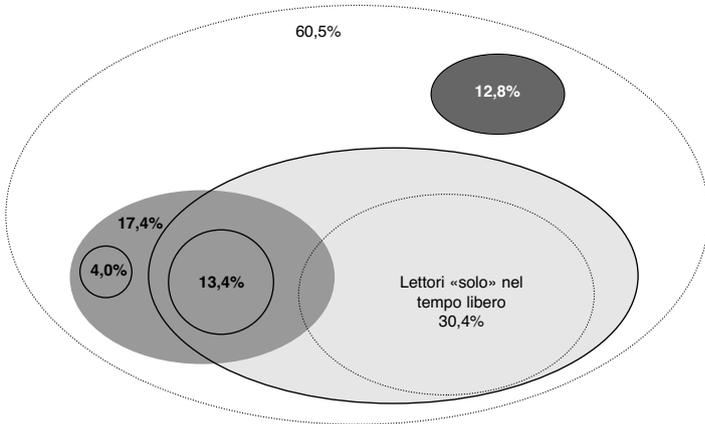
Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Ma questa categoria non esaurisce i modi di essere lettori (Grafico 2). Vi è difatti un 17,4% di persone che dichiarano di leggere per motivi professionali o di studio libri che non sono i libri di testo (di adozione) o i manuali universitari. Il 13,4% legge questi libri all'interno del suo tempo libero, e un altro 4% al di fuori di esso.

Vi è infine quella categoria – assai discussa – che Istat chiama «lettori morbidi» e forse sarebbe stato piÙ corretto denominare come lettori «inconsapevoli». Sono persone che dopo aver dichiarato di non aver letto alcun libro, in una successiva domanda di recupero (come spesso avviene in molti questionari di beni di largo consumo) evidenziano di aver letto alcune particolari categorie di libri. Categorie – è l'ipotesi – a cui una parte di lettori de-

boli e occasionali non attribuisce il fatto di «venir letti». Basta difatti scorrere i «generi» – che sono anche importanti settori di mercato – per rendersi conto di questo aspetto.

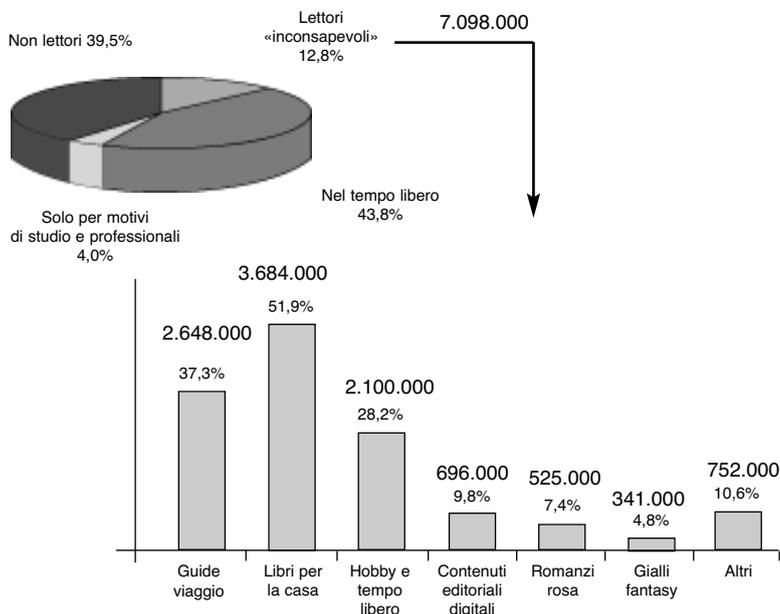
Grafico 2 – Articolazione dell'universo della lettura (2006)
(valori in percentuale)



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Chi ha letto un romanzo giallo, rosa, di fantascienza difficilmente si considera come un non lettore (Grafico 3). E difatti si recupera solo un 4-5% di nuovi lettori. Il vero recupero lo si ha tra coloro che occasionalmente leggono una guida turistica, libri su hobby e tempo libero, libri per la casa (cucina ecc.). In valori assoluti sono 7,098 milioni di persone. Di queste 3,684 milioni sono lettori di libri per la casa, 2,648 di guide e libri di viaggio ecc. Molto banalmente, non considerano la loro attività – leggere una guida, consultare un libro di equitazione, un manuale di canoa ecc. – «lettura». Possiamo anche convenirne, tanto più quando questa attività è svolta in maniera occasionale. È anche vero, d'altra parte, che considerare o meno la loro esistenza come lettori ci porta ad allargare o restringere il mercato potenziale di alcuni importanti segmenti di mercato, a cominciare dalla manualistica.

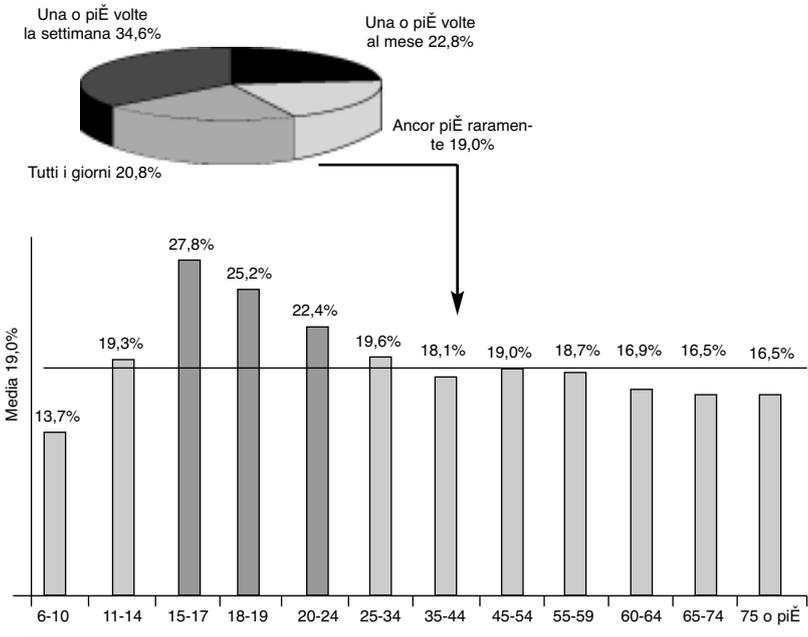
Grafico 3 – Articolazione dell'universo della lettura (valori in percentuale e in valore assoluto)



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Il fatto che una parte della popolazione non si consideri immediatamente lettore, pur avendo letto dei libri, ci porta certamente a considerare il ruolo che l'osservatore ha sui comportamenti dell'osservato. E quindi la distorsione che si introduce. Ma forse dovrebbe indurci a chiedere se non è lo stesso modo in cui la gente si percepisce come lettore a cambiare. Un tema e un filone di ricerca a cui si dovrebbe prestare attenzione in funzione del fatto che nei prossimi anni assisteremo a spostamenti significativi di persone che accederanno a contenuti editoriali (li leggeranno) attraverso il web. Anzi, già sta avvenendo in ambiti professionali e/o educativi. Tanto più che già qui – tra i lettori «inconsapevoli» – troviamo quasi un 10% (circa 700mila persone) che affermano di aver letto contenuti editoriali in formato digitale, pur non considerandosi in prima battuta lettori.

Grafico 4 – Frequenza della lettura nel tempo libero: «più raramente» di una volta al mese (valori in percentuale e per fasce di età)



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Istat

Si legge poco nel tempo libero; tanto più che il 12,3% delle famiglie (2,8 milioni di famiglie) non possiede in casa alcun libro; il 62,6% non ne possiede più di 100 (e il 32,5% non supera quota 25), il 21,8% ne possiede più di cento. Le modalità di rapporto più continuativo con il libro riguardano una piccola nicchia di circa 3 milioni di persone. Quasi la metà di chi legge (Grafico 4) legge «una o più volte al mese» o addirittura «più raramente». Tra l'altro le fasce di età in cui la modalità di leggere «più raramente» rispetto a «una volta al mese» (media 19%) si accentua sono quelle giovani, all'interno dei processi di scolarizzazione secondaria e universitaria, di primo ingresso nel mondo del lavoro. Ma anche di rapporto con i nuovi strumenti di accesso a contenuti. Possiamo (forse dobbiamo) essere pessimisti. Ma forse do-

vremmo anche chiederci prima se non c'è un diverso modo di intendere la lettura.

Più utile invece sviluppare le riflessioni riprendendo lo snodo lettura/acquisto, e quello relativo non più solo al diverso modo in cui oggi si intende la lettura (la manualistica o le guide) di un libro, ma come si va a inserire tra gli altri modi di accedere a contenuti editoriali (Tabella 6). Oggi accanto ai tradizionali comportamenti d'acquisto (scelta del canale, del punto vendita ecc.) che attengono ai canali fisici, si affiancano quelli che riguardano l'accesso a contenuti «on». I multistore propongono assortimenti di contenuti editoriali (libri, musica, cinema, informazione) che hanno reciprocità molto complesse tra loro, possibili contaminazioni a partire dai bisogni del cliente (dove collocare la musica etnica o alcuni dvd di cinema/documentari: nel reparto musica o nel settore turismo della libreria?).

Cosa emerge allargando ora lo sguardo in questa direzione? Innanzitutto alcune similarità nei comportamenti – indipendenti dal tipo di contenuto – accanto a evidenti differenze. Per esempio la forte componente valoriale legata al «regalare» che libri, cd musicali, dvd hanno e conservano. Per tutte le tipologie di supporto (per tutte le tipologie di contenuto) il riceverlo in regalo rappresenta la prima (o è tra le prime) dichiarazioni dell'intervistato circa la provenienza in generale del libro (33%), il cd musicale (35%), il film (26%) che sta leggendo, ascoltando o guardando.

Un dato che possiamo leggere e interpretare in due modi. Il primo conferma l'evidente «occasionalità» nei comportamenti di consumo culturale su supporti fisici (non si riceveranno regali tutti i mesi!). La seconda è che probabilmente questi regali hanno a loro volta – a monte – un acquisto in canali dotati di assortimento e servizio. È probabile – ma in una misura che non sappiamo indicare – che il libro regalato sia stato comprato in una libreria: di catena o indipendente. E lo stesso dovrebbe valere per la musica, il cinema ecc. Aspetto da tener in conto nel valutare e confrontare i dati relativi ai canali.

Tabella 6 – Fonte di informazione utilizzata per decidere l'acquisto di libri, musica registrata, cinema (valori in percentuale)

	Libri	Musica (cd)	Dvd
Interesse per l'argomento, per il genere	55,0%	50,0%	51,0%
Consigli di amici, «passaparola»	37,0%	29,0%	35,0%
Cantante, band, attore, regista, libri dello stesso autore	30,0%	34,0%	35,0%
Esposizione sul punto vendita	9,0%	5,0%	3,0%
Promozione di prezzo	8,0%	2,0%	2,0%
Pubblicità su giornali, mezzi pubblici, cartellonistica	7,0%	–	16,0%
Classifiche Top 10	6,0%	24,0%	14,0%
Aver visto il trailer	–	–	29,0%
Recensioni sulla stampa	14,0%	10,0%	16,0%
Servizio, presentazione in tv o radio	13,0%	–	16,0%
Ascolto alla radio del brano musicale	–	53,0%	–
Programmi musicali, cinema in Tv, su Sky, Dtt	–	37,0%	6,0%
Canali televisivi di musica (Mtv, All Music)	–	20,0%	–
Eventi live (concerti, festival letterari, saloni)	5,0%	6,0%	–
Recensioni su Internet	4,0%	5,0%	5,0%
Forum, chat su Internet	1,0%	3,0%	1,0%
Sito dell'artista, della casa discografica, del film	2,0%	2,0%	4,0%
Aver letto il libro	–	–	19,0%
Aver visto il film	14,0%	–	–
Aver visto un film con una bella colonna sonora	–	19,0%	–
Aver ascoltato la colonna sonora del film	–	–	6,0%
Altro	24,0%	24,0%	–
Nessuna in particolare	7,0%	5,0%	–

Per la musica, anche la possibilità di ascoltare.

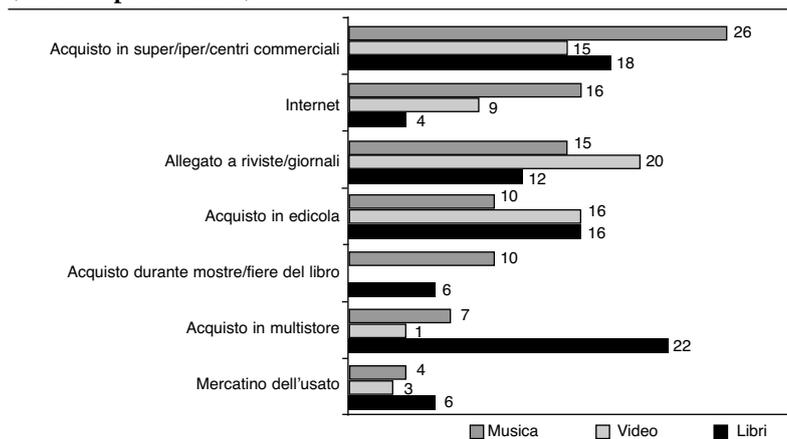
Lettori abituali / acquirenti abituali = Hanno letto / acquistato almeno tre libri nell'ultimo anno.

Fonte: Censis, *Sesto rapporto sulla comunicazione*, 2006

Vi è poi un comportamento che rimanda a una sorta di condivisione. Di un prodotto fisico, ma sempre di condivisione si tratta. Stiamo parlando del «prestito tra amici». Qui è il libro con il 46% delle dichiarazioni («dichiarazioni!») a sveltare rispetto al cinema registrato (37%), e alla musica (24%). È interessante che sia il «prestito di libri da amici», lo scambio con la sua economia emotiva ed esperienziale a raccogliere quasi il triplo di indicazioni rispetto al prestito bibliotecario (13%). Quasi che assieme al libro – nella relazione one-to-one – si trasferiscano valori, componenti di gusto, emozioni, affettività, sentimenti ecc. che il bancone della biblioteca non riesce a trasmettere.

L'edicola invece fotografa – anche attraverso questi dati – l'attuale situazione nei comportamenti d'acquisto dei collaterali da parte del pubblico (Grafico 5). Tenendo conto della difficoltà da parte dell'intervistato di distinguere sempre e in modo preciso l'acquisto come prodotto (il 16,0% per i libri sembra decisamente elevato) e come «collaterale» a un quotidiano o a un settimanale (ed eventualmente anche sommando le indicazioni) il libro sembra aver lasciato (per ora?) il testimone di sostegno della redditività dell'industria della stampa quotidiana e periodica al cinema registrato.

Grafico 5 – Acquisizione dei contenuti: i canali trasversali (valori in percentuale)



Fonte: Elaborazione Ufficio studi Aie su dati Osservatorio permanente contenuti digitali© (AcNielsen, marzo 2007)

Ma l'edicola appare oggi come il canale di vendita maggiormente «equilibrato» tra i vari supporti, quello più «multimediale»: la usa il 10% per l'acquisto di musica registrata e il 16% per i dvd di cinema e per i libri; se consideriamo i «collaterali» la utilizza il 15,0% per la musica, il 20% per i dvd di cinema e il 12% per i libri.

In buona sostanza i dati che le ricerche più recenti sulla lettura e sull'acquisto ci mettono di fronte mostrano alcuni elementi semplici e inequivocabili. Non ci sono più – ed è inutile attenderli – i grandi e impetuosi cambiamenti che hanno caratterizzato una parte importante della storia del nostro paese. È difficile pensare – anche per il quadro istituzionale e politico in cui dovrebbero incardinarsi – che possano essere sostituiti nella stessa misura da iniziative e campagne promozionali. Le vicende degli ultimi anni dovrebbero aver rimosso ogni illusione. Potranno essere utili ma è difficile immaginare ritorni significativi nel breve periodo. L'indagine di Antonello Scorcu ed Edoardo Gaffeo su *I ritorni economici della lettura* (2006) lo mettevano bene in evidenza. Così che quello che abbiamo di fronte è un mercato dominato dall'offerta non dalla domanda: dall'offerta di autori, titoli, progetti editoriali, come di nuovi servizi commerciali, di nuovi punti vendita. La lettura, e il mercato, in questi anni sono cresciuti (almeno negli anni 2003-2005, poi con più lentezza e fatica) perché il sistema d'offerta ha saputo proporre alcuni titoli e certi autori: inutile citare quali. Perché ha saputo proporre nuovi format commerciali in nuovi spazi del consumo. Quando questo lo si riesce a fare con minore capacità, sul versante delle novità rivolte ai canali trade, ma anche (in questi ultimi due anni) in quello dei collaterali, il processo si inceppa. Appunto «nel primo semestre 2007 Edizioni Mondadori ha prodotto ricavi [netti] per 68 milioni di euro, in calo rispetto allo stesso periodo del 2006 [...]». La principale ragione di questo fenomeno è stata l'esaurirsi dell'effetto Dan Brown, che nel periodo considerato si è tradotto nella mancanza» di «titoli» paragonabili in termini di vendita, e potremmo aggiungere di lettura, a quello «del primo semestre 2006» o dell'anno precedente (Mondadori, *Relazione semestrale al 30 giugno 2007*, pp. 12-13).

Allora, se sono questi i vettori su cui possiamo contare – innovazione nelle politiche d'offerta editoriali (di prodotto e d'auto-

re) da una parte, nei servizi commerciali dall'altra – sarà bene iniziare a studiare con più attenzione i casi di successo e cosa li ha determinati, i comportamenti d'acquisto fuori e dentro il negozio, i crescenti fattori di interrelazione che generano nel passaparola l'acquisto del libro da leggere, il ruolo che iniziano a svolgere nelle fasce dei segmenti innovativi della mappa sociale gli strumenti del marketing virtuale e legati alle nuove tecnologie, i comportamenti e i vissuti che stanno alla base della scelta di un canale d'acquisto o, al suo interno, di un'insegna.

IL PUBBLICO DELLE BIBLIOTECHE Il difficile accesso dei fumetti alle biblioteche

di Michele Ginevra

Le biblioteche moderne non hanno ancora risolto il rapporto con la stampa periodica: poche le testate a disposizione degli utenti, ancora meno quelle censite nei cataloghi on line.

Pochissimi sono i fumetti e tra questi prevalgono i titoli «storici»: «Topolino» è presente in almeno 170 biblioteche, «Linus» in 123, mentre «Witch» soltanto in 24 e «Winx» in 7. Oltre all'oggettiva difficoltà di gestione dei periodici, viene il dubbio che l'intrattenimento entri ancora con difficoltà nelle biblioteche. Strategico è allora il ruolo di un prodotto nuovo come il graphic novel.

La biblioteca moderna si sta trasformando in un sistema informativo, in grado di soddisfare e ampliare le esigenze dell'utenza verso una condivisione universale della conoscenza, una macroentità in cui le singole biblioteche sono punti localizzati geograficamente di una rete virtuale e dove qualunque documento è in teoria reperibile.

Mentre sono in corso questi mutamenti, le biblioteche non hanno ancora risolto in modo soddisfacente il rapporto con la stampa periodica che, così come la conosciamo, sembrerebbe destinata a scomparire, a causa della rivoluzione digitale in atto. Le biblioteche riescono ad acquisire e a mettere a disposizione dell'utenza solo una parte dei numerosissimi periodici prodotti in Italia. E tra questi, sono ancora meno i fumetti reperibili.

Il problema si pone, con accenti diversi, sia per le biblioteche di pubblica lettura, capillarmente presenti in quasi tutti i Comuni italiani, sia per le biblioteche di conservazione. Le due tipologie si distinguono per le diverse categorie di documenti acquisiti (libri, riviste e quant'altro) e per le differenti procedure di conservazione e scarto. Mentre le biblioteche di pubblica lettura sono anche punti di riferimento aggregativi per le comunità e modificano

nel tempo le proprie raccolte, legandole all'attualità, quelle di conservazione possono avere specifiche connotazioni storiche, editoriali, linguistiche o scientifiche.

In tutto, le biblioteche censite in Italia dall'Iccu (Istituto centrale per il catalogo unico) sono più di 15mila.

Le opere a fumetti possono essere presenti sia nelle biblioteche di pubblica lettura sia in quelle di conservazione. In realtà, queste opere sono state relativamente trascurate dalle biblioteche italiane. Percepiti come prodotti minori o di scarso valore, i fumetti sono presenti sporadicamente e rimangono relegati in circuiti di lettura e consumo specifici. La discriminazione subita dal fumetto è però un discorso talmente banale che non ha senso esprimerlo con toni di rivendicazione. Infatti, nell'ambito bibliotecario, il fumetto è stato trattato con modalità analoghe a quelle utilizzate per la stampa periodica in generale. E poi, come vedremo più avanti, qualcosa sta cambiando.

Dalla metà degli anni sessanta il fumetto ha cominciato a essere pubblicato anche in forma di libro, ma ancora oggi le tirature più importanti sono riservate alle edicole. Perciò è giusto riconoscere che il fumetto è stato finora essenzialmente un fenomeno legato alla cultura popolare e di massa. E come tale è spesso rimasto escluso dagli scaffali delle biblioteche.

Ragioni di ordine economico e strutturale impediscono l'acquisto indifferenziato di ogni documento periodico in circolazione. Le scelte d'acquisto privilegiano quotidiani e riviste d'attualità, come è ovvio aspettarsi. Ma un altro criterio è quello della continuità, che va a scapito dei periodici più recenti anche quando premiati da una larga diffusione.

Non esistono statistiche o dati relativi alla presenza e alla fruizione di fumetti nelle biblioteche (per inciso, non sono disponibili neanche le tirature e le vendite della stragrande maggioranza dei fumetti pubblicati in Italia). I dati raccolti si concentrano sui lettori e su alcuni loro comportamenti, senza approfondire la natura dei documenti fruiti.

Per poter formulare qualche riflessione, è necessario dunque consultare gli Opac (On line Public Access Catalogue), tenendo conto che l'informatizzazione delle biblioteche non è ancora completa e non tutti i cataloghi sono stati riversati in rete. Inoltre,

la catalogazione non è una scienza esatta. Può capitare che uno stesso documento (monografia o testata periodica) sia catalogato in modi anche solo leggermente diversi e appaia così in più voci, ostacolando le ricerche che lo riguardano e gonfiando inutilmente i cataloghi.

Nonostante questi limiti, la ricerca può iniziare all'interno del principale circuito librario esistente, quello delle circa 3.200 biblioteche e 60 poli bibliotecari presenti in Sbn (Sistema bibliotecario nazionale), con lo scopo di fornire alcuni esempi che evidenzino una presenza dei periodici, a maggior ragione se a fumetti, ridotta rispetto alla produzione esistente.

Ho eseguito la ricerca attraverso il portale Internet Culturale (<http://www.internetculturale.it>; ma talvolta è più efficace il meno moderno <http://opac.sbn.it>). I quotidiani sono i periodici più presenti. Troviamo il «Corriere della Sera» nel catalogo digitale di almeno 750 biblioteche e altrettante localizzazioni appaiono per «la Repubblica».

Tra gli altri periodici più celebri, è interessante trovare «Famiglia Cristiana» in circa 550 biblioteche, «Quattroruote» in poco più di 100, «Airone» in 260, «Donna Moderna» in 41, «Vanity Fair» in poco più di 10 e «Max» in nessuna. Le biblioteche utilizzano quindi le proprie risorse, spesso limitate, per aggiornare le raccolte esistenti, evitando di prendere in considerazione quelle pubblicazioni che sono ritenute prive di contenuti informativi e culturali. Per esempio, la rivista «Informatica e Diritto» è presente nei cataloghi pubblici di almeno 57 biblioteche; al contrario, i periodici considerati troppo vicini al concetto di intrattenimento sono in linea di principio scartati dai piani d'acquisto, a meno che la loro acquisizione non sia ormai consolidata.

Questo criterio vale anche per le opere a fumetti. Il settimanale «Topolino» è presente in almeno 170 biblioteche. Ma i due albi per ragazzi in assoluto di maggior successo usciti negli ultimi anni, cioè «Witch» e «Winx», sono presenti rispettivamente in 24 e 7 biblioteche. Parliamo di veri e propri fenomeni di massa, da cui sono stati tratti anche cartoni animati e che sono tradotti in molti paesi esteri. Addirittura, il successo delle Winx è stato esaminato dalla stampa nazionale sotto il profilo finanziario e societario. Per «Monster Allergy», altra deliziosa serie per ragazzi, è

andata ancora peggio: solo 2 biblioteche sono in grado di proporlo ai propri utenti.

Invece, guardando tra le varie riviste mensili, il classico «Linus» è reperibile in 123 biblioteche. Il più moderno mensile «Scuola di Fumetto» è disponibile in sole 7 biblioteche.

Passando agli albi popolari, l'inoscidabile «Tex» compare nei cataloghi di 17 biblioteche, «Diabolik» in 10, «Dragon Ball» (varie edizioni) in 9 e «L'Uomo Ragno» in 6. Una presenza così contenuta denota la sottovalutazione di una importante risorsa di lettura. La biblioteca non può essere solo un custode immobile del sapere istituzionale e del passato ma deve sapersi proporre anche come punto d'accesso alle conoscenze più moderne.

Ho provato a consultare anche il Polo Regionale Lombardo e posso stimare che contiene da solo un buon 40% dei titoli dei periodici a fumetti del circuito Sbn, spesso le testate più datate. Al contrario, quelle più moderne sono presenti soprattutto in Emilia Romagna, dove non casualmente c'è una diffusione capillare anche di negozi specializzati (le cosiddette fumetterie).

Tra le biblioteche presenti in Sbn, molte sono però di conservazione, magari su tematiche di settore.

La ricerca dovrebbe allora proseguire all'interno delle migliaia di biblioteche di pubblica lettura, aderenti a sistemi territoriali e non a Sbn. Scorrendo alcuni Opac si scopre che in generale proprio i periodici sono presenti solo in piccola parte nei cataloghi on line, quando, con ogni probabilità, sono materialmente più che presenti nelle rispettive biblioteche. Il problema è che la catalogazione è onerosa e quella dei periodici in particolar modo, soprattutto se si vuole effettuare il cosiddetto spoglio dei titoli analitici, operazione catalografica consistente in sostanza nell'inserimento degli indici dei fascicoli.

Se prendiamo per esempio l'efficiente rete bibliotecaria della Provincia di Brescia, di cui fanno parte quasi 300 biblioteche di pubblica lettura, troviamo poche centinaia di testate periodiche nell'Opac. Di queste, solo 37 sono di fumetti. Per dare un'idea di quanto il numero sia limitato, basta rilevare che presso la biblioteca specializzata del Centro Fumetto «Andrea Pazienza» di Cremona, le testate in catalogo sono al momento 1.075, di cui circa 150 correnti. I dati disponibili sono quindi relativamente bassi.

Troviamo «Topolino» in 26 biblioteche, e non è detto che il periodico sia aggiornato in tutte, «Linus» in 12, «Lupo Alberto» in 4, «Tex» in 5, «Dylan Dog» in 3. Diverse testate di Sergio Bonelli Editore sono invece concentrate in un'unica biblioteca, dove evidentemente o il bibliotecario ne è appassionato o gli utenti sono riusciti a incidere sulla programmazione degli acquisti.

Dunque, le ragioni di questa contenuta presenza vanno ricercate lungo due versanti. Il primo è culturale: tutto ciò che è legato all'intrattenimento più difficilmente entra in una biblioteca, che innanzitutto deve garantire la presenza di opere «di livello», per quanto ne sia opinabile la definizione. Ogni biblioteca cerca di garantire almeno una pubblicazione per argomento. Si spiega così la relativa presenza di «Linus» o di «Il Giornalino» (lo possiedono almeno 200 biblioteche appartenenti a Sbn). Ma il secondo versante della questione è decisivo: la maggiore difficoltà di gestione dei periodici sotto i profili finanziario, catalografico e banalmente fisico. I periodici hanno formati diversi, hanno spesso bisogno di raccoglitori adatti, devono essere catalogati prima come testata e poi come singolo fascicolo (operazioni anche semplici ma che si moltiplicano a seconda delle testate). Infine sono difficilmente acquistabili presso un unico fornitore. In alcuni casi è necessario abbonarsi singolarmente, in altri è indispensabile rivolgersi a circuiti specializzati. Mentre le biblioteche più grandi o di conservazione dispongono di strumenti amministrativi più flessibili (e in alcuni casi possono contare sull'istituto del deposito legale, recentemente oggetto di revisione) quelle di pubblica lettura, solitamente in capo a enti locali, devono seguire procedure talvolta rigide e magari appaltare a un unico fornitore tutti gli acquisti. Così, quante biblioteche sono in grado o disposte ad affrontare tutte queste difficoltà per acquisire, per esempio, una selezione di manga e supereroi?

I sempre più numerosi supplementi a fumetti allegati a quotidiani e settimanali sono un caso a sé. Il loro acquisto può essere l'occasione di allestire una piccola sezione tematica. Ci sono però due problemi: gli allegati in questione costano come un libro economico. Ogni collana si compone in genere di alcune decine di volumi, facendone lievitare il costo complessivo.

Rimane poi aperto il problema se considerarli singole monografie o supplementi di periodici. Non è una questione di lana

caprina, perché se vengono considerate monografie (è il criterio seguito dal Centro Fumetto «Andrea Pazienza») possono più facilmente essere reperibili a catalogo tramite le ricerche per titolo e per autore.

Negli ultimi anni, si è imposto in libreria il nuovo filone commerciale dei cosiddetti *graphic novels* o romanzi a fumetti. Il libro a fumetti non è una novità, almeno dagli anni sessanta. Ma dieci anni fa, il fumetto sembrava ormai estromesso dalle librerie generaliste italiane. La tendenza si è ribaltata grazie a editori come Kappa Edizioni, Hazard, Punto Zero e Coconino Press (tra gli altri) che sono stati in grado di riportare il libro a fumetti all'attenzione di un pubblico non specialistico. Un elemento che ha facilitato questo successo (che al momento deve consolidarsi) è costituito dalle tematiche affrontate, di frequente legate all'attualità e al quotidiano. Il target di questi libri non è più il classico appassionato di fumetti, alla ricerca di emozioni, ma un pubblico più ampio che può essere interessato a tematiche diverse come l'olocausto, la condizione femminile, l'11 settembre, i misteri irrisolti della storia contemporanea italiana.

Il fenomeno sta interessando di riflesso anche le biblioteche, proprio per gli stessi motivi che ostacolano l'acquisizione dei periodici. Mentre per i periodici a fumetti servono in genere competenze specifiche e la loro gestione è onerosa sotto molti profili, per i libri a fumetti è esattamente il contrario.

Lo dimostrano alcuni esempi. Sempre facendo riferimento all'Opac di Sbn, scopriamo che *Maus*, il capolavoro di Art Spiegelman, pubblicato prima dell'esplosione del fenomeno *graphic novel*, è presente sotto otto diciture bibliografiche diverse nei cataloghi on line di 66 biblioteche. Anche se in nessuna compare, per ora, l'edizione definitiva di Einaudi uscita nel 2000, il risultato indica che sono state riconosciute la notorietà e l'importanza di questa opera.

Il più recente *Persepolis*, dell'iraniana Marjane Satrapi, costituisce un caso ancora più notevole, essendo reperibile in edizione italiana sotto diverse diciture in quasi 300 biblioteche. Questo accade perché l'opera non è vista come un semplice fumetto ma come un'occasione per conoscere, tra le altre cose, la condizione femminile in Iran.

Con l'autore Gianni Pacinotti, in arte Gipi, otteniamo un'ulteriore conferma. Tutti i suoi libri sono presenti in quasi 150 biblioteche appartenenti a Sbn. Il titolo più presente è *Appunti per una storia di guerra*. Anche qui, le opere di Gipi non sono viste come classici fumetti d'avventura ma come i libri di un originale narratore che usa il fumetto. Le biblioteche si interessano e riescono a reperire il volume sia nella versione edita dalla piccola Coconino Press che in quella curata da Rizzoli, già disponibile in 46 biblioteche, pur essendo uscita da meno di un anno.

Questi esempi ci aiutano a capire quanto sia strategico il nuovo prodotto *graphic novel*, riconoscibile e gestibile innanzitutto come libro (monografia). Il fenomeno dovrebbe consentire un ingresso rilevante di libri a fumetti innanzitutto nelle biblioteche di pubblica lettura. Per tutto il pregresso non si può che fare riferimento alle biblioteche di conservazione o a quelle specializzate.

Ho già citato il Centro Fumetto «Andrea Pazienza», struttura per la quale lavoro come dipendente del Comune di Cremona. Per il momento, la sua biblioteca è ancora l'unica in Italia ad avere un fondo accessibile come quello di una normale biblioteca. Esistono altri fondi, anche considerevoli, ma che sono attualmente gestiti con strumenti limitati e, comunque, senza alcuna logica di sistema. In questi casi, purtroppo, la passione porta all'autoreferenzialità, impedendo di cogliere le opportunità che una rete di centri specializzati potrebbe costituire per mettere a disposizione le opere di un settore editoriale che ha collaborato a fare la storia del Novecento e che sembra poter rimanere ancora vitale a lungo.

MONDO LIBRO 2007

Calendario editoriale

Settore solido, ma non in crescita
di Stefano Salis

Le cifre del libro

Editori e lettori:
sintonia o fraintendimento?
di Paola Dubini ed Elena Raviola

Almanacco ragionato delle classifiche

Bene gli italiani
di Giuseppe Gallo

Diario multimediale

«Nati digitali» e «immigrati digitali»
di Cristina Mussinelli

CALENDARIO EDITORIALE Settore solido, ma non in crescita

di Stefano Salis

In Italia escono 59 mila titoli l'anno: 161 libri al giorno, festivi compresi; 6 libri all'ora. L'editoria italiana è un comparto industriale maturo, fatto da grandi gruppi ma con spazi non marginali per i piccoli e i minimi. Il settore è solido, ma non cresce significativamente, e lo standard di lettura resta sensibilmente più basso di quello delle democrazie occidentali di riferimento. Mentre manca una legge sul libro, si continua a discutere di liberalizzazione dei prezzi e ci si interroga sull'attendibilità delle classifiche. Così, nell'incertezza istituzionale che avvolge il Centro per il Libro, sono i librai indipendenti che «fanno scuola».

Puntualmente ai primi di ottobre, da qualche anno, la Fiera di Francoforte è, per l'editoria italiana, il luogo dove non solo esercitare il momento decisivo della professione (scegliere i libri da pubblicare nell'annata successiva interpretando gusti del pubblico, tendenze editoriali e mode passeggere; cercando di dare un occhio al proprio catalogo e provando a scommettere sulla riuscita di un libro, del quale, spesso, non esiste nemmeno il testo: operazioni, tutte queste, sempre difficili), ma anche, a livelli più generali, fare il punto della situazione economica. Per restare, dunque, lo stato di salute dell'intero comparto editoriale italiano.

Lo si fa con una ricerca che viene redatta dall'Associazione italiana editori, associazione la cui autorevolezza, in questo come in altri casi, risulta essere davvero al di sopra delle singole parti. E sempre più di frequente infatti, in questi ultimi anni, il suo essere associazione di categoria si va stemperando per divenire quasi un'istituzione, che sta cercando di dialogare, in maniera propositiva (e spesso assolutamente al di là delle aree di proprio specifico interesse...), con le istituzioni vere: ministeri, governi, società civile.

Diciamo questo perché la convinzione sempre più nitida che ci siamo formati in anni di dibattiti, conferenze stampa, tavole rotonde è la seguente: l'editoria libraria italiana è un comparto industriale maturo e consapevole, fatto – come in tutti i grandi paesi occidentali – da grandi

gruppi, certamente, ma con spazi non marginali per i piccoli e minimi; un comparto che accetta le regole del mercato, le osserva e, talora, anche le forza (ma mai – finora – in maniera allarmante); un comparto, infine, che si sta ponendo con forza, da anni, una domanda e che la sta girando a interlocutori sempre più disattenti, evanescenti, quando non (e c'è capitato di vederlo) apertamente strafottenti e/o orgogliosi della propria incompetenza. E dunque la domanda dell'editoria italiana è sempre la stessa: dove recuperare margini di crescita? Dove, cioè, trovare nuovi lettori, pronti a gonfiare la richiesta di libri (in un mercato, quello editoriale, governato solo dall'offerta), posto che il mercato esistente, ancorché fatto da una piccola porzione di cittadini italiani, è saldo, in salute e gode di un crescendo di «consapevolezza» interna (basti andare in qualcuno dei festival, da Mantova a Cuneo, a Roma, Bari o Torino, per verificare come i lettori non solo si riconoscono, ma sono orgogliosi di far parte di una comunità), come non mai nei decenni precedenti.

I dati – costanti nel tempo – ripetono le stesse cose: il settore è solido, ma non cresce significativamente, mentre lo standard di lettura resta, per una democrazia occidentale delle dimensioni dell'Italia, sensibilmente più basso dei paesi cui l'Italia si può confrontare (Francia, Germania, Regno Unito). La tendenza, preoccupante, è quella di far crescere una forbice sociale sempre più ampia tra «lettori di fascia alta» (economicamente benestanti, già abituati a leggere, fundamentalmente residenti nel Nord del paese, quasi sempre donne) e quelli di «fascia bassa» (meno fortunati dal punto di vista degli studi e dell'economia: e il nesso è evidente – come ampiamente è stato dimostrato dai Presidi del Libro, nell'annuale Forum nazionale della Lettura –, collocati, purtroppo, quasi sempre al Sud), come ha rilevato una recente indagine Mondadori-Ipsos.

Del resto i problemi aperti sul campo restano molti. Li proviamo a elencare, certi che ne esistono altri molto complessi, ma che non sia questa la sede per poterli affrontare adeguatamente (uno su tutti: il tema del diritto d'autore, la sua tutela e il suo sfruttamento, in un contesto nel quale molte delle nozioni base di questa materia si vanno sempre più affievolendo nella coscienza politica e civile).

Al momento in cui scriviamo manca ancora all'appello una legge sul libro (una sull'editoria è allo studio, anche se parrebbe che il comparto libro ne sia sostanzialmente escluso). Avanzata da diversi parlamentari negli anni, non è mai approdata a nulla: forse non c'è, nel mondo dell'editoria italiana, quella capacità di fare lobby in Parlamento per spingere all'ap-

provazione di un provvedimento che farebbe comodo a tutti. Tanto per fare qualche minimo esempio: defiscalizzare l'acquisto di libri (magari entro una certa entità di spesa, o per lo meno quelli scolastici), stanziare fondi per promuovere la pratica sociale della lettura, agevolare le librerie più piccole e indipendenti, soffocate da un sistema economico che le può mettere in serio pericolo.

C'è in discussione, invece, un emendamento che vorrebbe la liberalizzazione dei prezzi dei libri, attualmente imposti dall'editore e non scontabili, salvo eccezioni specifiche, oltre il 15%. Con un danno che tutti gli operatori che hanno testato negli anni l'efficacia del sistema vigente sono concordi nel ritenere che risulterebbe serio ed evidente per i librai, gli autori, gli stessi editori e, alla fin fine, i consumatori finali: i lettori, cioè gli acquirenti di libri.

E proprio sul prezzo dei libri, nell'estate del 2007 si è assistito a un «inedito» provvedimento dell'autorità Antitrust, che ha aperto un'inchiesta per verificare – dopo le proteste di alcune associazioni di consumatori – se gli editori di libri scolastici facciano cartello per tenere alti i prezzi dei libri e cambino i testi spesso, proponendo nuove edizioni senza sostanziali modifiche. L'indagine si chiuderà entro il luglio 2008; tuttavia gli editori, che non solo si sono dichiarati estranei a queste procedure, ma forniscono al Ministero le tabelle con tutti i prezzi dei libri adottati e quelli cambiati, usciranno, ne siamo certi, indenni dalla questione. Anche in questo caso, i prezzi certificati dei libri aumentano con un tasso percentuale inferiore all'inflazione; mentre, d'altra parte, la confusione sulla questione è tanta, se gli stessi accusatori faticano a rendere esplicita la metodologia dell'inchiesta che ha portato alla denuncia e se l'autorità Antitrust è andata a indagare su editori che non pubblicano libri scolastici.

Infine, una questione che sta a cuore a chi si occupa di mercato editoriale e vuole vederci chiaro. Cosa che, talora, non riesce nemmeno agli stessi editori: i risultati effettivi delle vendite dei libri. Le classifiche dei libri che ogni settimana vengono pubblicate dai maggiori quotidiani italiani sono stilate sulla base di un campione di librerie mediograndi, ma escludono le vendite della grande distribuzione organizzata e di altre sedi, una porzione ormai non più trascurabile del mercato. In più, per i lettori è difficile capire il venduto reale dei libri che stanno in classifica, anche perché le comparazioni tra il titolo più venduto della settimana e i successivi sono fatte assegnando un «valore 100» al più venduto e riportando gli altri titoli in proporzione. Ma questo «valore 100» varia di settimana in settimana. Alcuni grandi editori (i gruppi GeMS, Rcs e Mondadori) si sono alleati per varare un sistema di rilevazione differente, affidato alla società Nielsen Book Scan (che già fornisce le classifiche in-

glesie e americane), capace di «sondare» quasi il 100% del mercato e di rendere esplicite in valore assoluto le vendite effettuate. Potrebbe essere un segno di trasparenza ulteriore del mercato librario e, effetto non secondario, potrebbe rivelarci molte sorprese che nelle analisi comuni sull'andamento dei libri tendono a essere sottovalutate. Staremo a vedere.

Fotografia dell'editoria italiana 2006

Dunque qual è lo stato di salute dell'editoria italiana nel 2006 e, per quello che si può vedere, nei primi mesi del 2007? Il valore del fatturato dell'editoria italiana nel 2006 a prezzo di copertina (comprese le vendite di prodotti dell'editoria digitale, cd rom, dvd rom e servizi connessi all'uso di banche dati professionali) è stato pari a 3.670 milioni di euro. Una crescita molto ristretta rispetto all'anno precedente (+0,6%). Sono escluse da questa stima, fornita dall'Aie, le vendite di libri allegati a quotidiani e periodici.

Dal punto di vista della produzione sono usciti, nel corso dell'anno, oltre 59mila titoli (ebbene sì: 161 libri al giorno, domeniche e festivi compresi; 6 libri all'ora), di cui il 61,1% è costituito da novità: ciò ha fatto sì che le copie stampate e immesse – talora in maniera poco più che virtuale – sul mercato sono state oltre 261,1 milioni. Il prezzo dei libri – tema spinoso e non di rado utilizzato in maniera demagogica – è relativamente basso. Il 35,6% dei titoli non ha un prezzo di copertina superiore ai 10 euro, e quasi una copia ogni due immessa nei canali di vendita (il 48,4%) non arriva a costare più di 20mila lire del vecchio conio.

La tiratura media, suddivisa per tipologia di gruppi editoriali, è questa: i grandi gruppi hanno una tiratura media di 5.000 copie, i medi di 2.047 copie, i piccoli di 2.110 copie. Secondo l'Istat i grandi editori producono oltre il 72% dei titoli esistenti, i medi si attestano al 20% e i piccoli si dividono il 7%. Ma è questo un dato che va preso con le pinze: secondo l'Istituto di statistica si definiscono «grandi editori» i marchi che pubblicano più di 50 titoli l'anno. Una definizione, dunque, non spendibile in riferimento al concetto di «grande». Mentre un rapido calcolo ridurrebbe la stima, per i soli grandi gruppi editoriali, al 20% dei titoli e al 55% del fatturato globale.

Il tasso di lettura – sempre secondo i dati forniti dall'Aie, su base Istat – raggiunge il 44,1% della popolazione italiana con più di sei anni di età (circa 24,3 milioni di persone, su 55,2 residenti). Sono quelli che dichiarano di

aver letto almeno un libro nel corso dell'anno: si tratta del valore, nominale, più alto fatto registrare dal 1993.

Dove comprano i libri, questi lettori? La libreria tradizionale si conferma il canale di vendita più importante, e nel 2006 ha segnato una crescita, seppur lieve, dell'1%. All'interno di questo canale, va notato che sono andate meglio le librerie di catena e quelle di superficie maggiore rispetto al piccolo e medio dettaglio indipendente e a conduzione familiare (in analogia a quanto avviene negli altri ambiti del commercio). Tanto che i dati più netti di crescita sono quelli di due canali per ora marginali ma che cominciano a farsi sentire: le buone performance dei supermercati, grandi magazzini, centri commerciali (+18% nel 2006 contro il +12% del 2005). L'altro canale in grande crescita è Internet, che fa segnare un +29,8% rispetto al 2005: la sua quota di mercato stimata sulla «vateria» arriva ora al 4%.

L'altra notizia del mercato editoriale 2006 è stata la prima battuta d'arresto del fenomeno dei libri in allegato ai giornali quotidiani. La cifra resta considerevole (489 milioni di euro complessivi) ma il dato è secco: -9% sull'anno precedente.

Quanti sono gli editori, come è fatto il mercato

Al 1° gennaio 2007 gli editori italiani censiti erano la bellezza di 8.373. Ovviamente la maggior parte di questa moltitudine di editori non ha una reale consistenza di mercato. Secondo l'Istat nel periodo 1990-2004 gli editori erano passati da 2.364 a 3.235, quelli attivi, però, erano «solo» 1.800. Oggi il numero di editori attivi – cioè che pubblicano almeno un titolo all'anno – ammonta a più di 2.300.

Tuttavia, il mercato editoriale italiano vivo non supera il centinaio di sigle. E, tagliando alla grossa, ma con buona possibilità di trovarci nel giusto, è possibile suddividerlo in maniera più netta. Il mercato è dominato da pochi grandi gruppi: una delle impressioni di ricchezza e molteplicità di presenze è data dal fatto che questi gruppi detengono alcuni dei marchi storici più importanti e significativi.

Il Gruppo Mondadori (che include Einaudi, Sperling & Kupfer, Piemme, Frassinelli ecc.) ha una quota di mercato a valore (prezzo di copertina) del 28%; segue il gruppo Rcs (Rizzoli, Bompiani, Sonzogno ecc.) con il 12,4%, il Gruppo GeMS (Longanesi, Corbaccio, Guanda, Tea, Salani, Garzanti ecc.) con l'8,4%, quindi Feltrinelli (4,2%), De Agostini (2%), Giunti (1,4%), Sellerio (1,3%) e Baldini Castoldi Dalai (1%).

Gli altri editori si dividono il restante 42% circa.

È evidente che questi numeri vanno poi raffinati, ma la situazione è più o meno stabile in questi anni: va notata la performance del Gruppo GeMS che cresce con cifra doppia da qualche anno. In più, per gli editori più piccoli, succede che se in un anno esce un «caso letterario» (può essere Camilleri per Sellerio, o Faletti per Baldini Castoldi Dalai, o Hosseini per Piemme) le cifre possono variare, anche sensibilmente.

Che cosa si muove

Ci limitiamo a indicare, per l'anno 2006 e i primi mesi del 2007, due iniziative che possono essere un segnale di speranza, se non proprio di certezza, per il futuro. Dal punto di vista «istituzionale» è stato il ministro Rutelli (con il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Ricardo Franco Levi, il capo del Dipartimento per l'editoria Paolo Peluffo e i rappresentanti degli editori e degli enti locali) a firmare un protocollo di intesa per l'istituzione del «Centro per il Libro e la Lettura», con lo scopo di promuovere e diffondere la lettura in Italia, nonché la promozione del libro e degli autori italiani all'estero. Il protocollo – si legge nel comunicato ufficiale – «prevede che l'azione del “Centro” si basi sul coordinamento delle istituzioni statali e sulla collaborazione delle istituzioni territoriali e locali competenti, esplicandosi soprattutto nei seguenti ambiti: realizzazione di campagne informative attraverso la televisione, la radio, il cinema, la stampa quotidiana e periodica, Internet, per sensibilizzare l'opinione pubblica nei confronti dei prodotti editoriali e della lettura; realizzazione di adeguate politiche di diffusione del libro, della cultura e degli autori italiani all'estero, attraverso una pianificazione pluriennale delle strategie di intervento in materia di partecipazione alle Fiere Internazionali del Libro e di sostegno alle traduzioni; organizzazione di manifestazioni ed eventi, in Italia e all'estero, coordinamento e sostegno delle iniziative promosse dalle biblioteche, dalle scuole e dalle Istituzioni pubbliche e private, con particolare riguardo a quelle rivolte ai giovani; costituzione di un Osservatorio del libro e della lettura».

Nel momento in cui scriviamo, il Centro non è ancora decollato ma dovrebbe partire nel 2008.

Si muovono più concretamente, invece, i librai indipendenti. Detto che la loro situazione è stretta da una parte dalle grandi librerie di catena, dall'altra dalle minacce di una liberalizzazione selvaggia dei prezzi, va accolta con particolare favore l'istituzione, la realizzazione e il compimento (il tutto in un anno), della Scuola per librai di Orvieto, che ha il compito di formare, ogni anno, 30 nuovi librai, scelti tra giovani laureati e

non titolari già di libreria (diversamente dalla Scuola Umberto ed Elisabetta Mauri, la prima in Italia, destinata a chi in libreria già ci lavora: più un corso di perfezionamento, dunque, che un master). Il primo anno della Scuola è stato archiviato con grande successo: praticamente tutti i ragazzi hanno trovato, entro la fine del corso (dicembre 2007), un lavoro nel mondo della libreria. Ed è incoraggiante il fatto che attorno alla Scuola librai di Orvieto si stia costituendo un consorzio europeo delle scuole di formazione per librai.

Due note infine per due realtà che si affacciano prepotentemente sulla scena: le Librerie coop che cominciano – sotto la guida di Romano Montroni – a prendere quota, con aperture non solo nei centri commerciali e nelle superfici della grande distribuzione, ma anche nei centri cittadini. Inoltre, per restare alle piccole realtà cittadine, è interessante l'esperimento di Ubik. Si tratta di una divisione di Fastbook (gruppo Messaggerie), che prevede una nuova forma di franchising editoriale. Con un collegamento in linea con cinque magazzini e un assortimento di quasi 140mila titoli, rende disponibili in brevissimo tempo i libri per gli affiliati, soprattutto librerie mediopiccole in provincia. Dopo le aperture di Trento, Bergamo, Voghera, Cividale, Cagliari e altre, si raggiungerà, nei prossimi anni, il traguardo delle 40 librerie. Evoluzioni della libreria, queste ultime, che sembrano essere in linea con le recenti tendenze verificatesi in America, dove i megastore di catena sono messi in crisi da Amazon. Il motivo? I commessi non specializzati. Il lettore forte fatica a trovare ciò che cerca pur in un assortimento vasto, dal momento che non trova un interlocutore adeguato, mentre on line è molto facile trovare ciò che si cerca. L'ultima frontiera del mercato, dunque, sembra ribadire una cosa molto semplice e «antica»: per vendere più libri ci sarà sempre più bisogno di gente che sa fare bene il suo mestiere: librai pronti, moderni, efficaci e, soprattutto, preparati. Nel momento della vendita come in quello dell'ordinazione.

Alti e bassi editoriali

BALDINI CASTOLDI DALAI. «L'andamento generale della casa editrice nei 18 mesi di riferimento (2006, primo semestre 2007) è stato buono, con una vera tendenza all'ottimo negli ultimi dodici, dal settembre 2006 in poi» spiega il direttore commerciale Michele Dalai. Prima il picco assoluto di vendite (800mila copie di prima battuta per l'edizione *hardcover* più una ristampa di 90mila) del nuovo romanzo di Faletti, poi il rinnovamento dei quadri dirigenziali e della struttura commerciale, per finire con le nuove collane di tascabili e il loro buon successo.

Il 2006 è stato un anno ottimo per la Baldini Castoldi Dalai: fatturato molto alto (oltre 29 milioni di euro), grazie all'uscita nella seconda metà dell'anno del bestseller *Fuori da un evidente destino* di Giorgio Faletti.

A partire dai primi mesi del 2007 (marzo), le due nuove collane di tascabili hanno arricchito e razionalizzato la gamma del gruppo restituendo ai lettori e alle librerie titoli di assoluta eccellenza come il *Viaggio in Italia* di Piovene e *No Logo* di Naomi Klein. Ottime sorprese anche dalla narrativa rosa più commerciale, in cui la collana «Pepe Rosa» ha visto un suo titolo (*Come uccidere il marito*) volare oltre le 30mila copie e i «Peperini» (titoli in edizione economica a 5,40 euro) prendere quota come piacevole novità.

BOLLATI BORINGHIERI. Nel 2007 la casa editrice ha festeggiato i 50 anni e, tra le varie celebrazioni, ha pubblicato il primo Catalogo storico (un volume di 650 pagine).

«In questa occasione» ci dice Francesco Cataluccio, direttore editoriale «è stata ribadita la volontà di proseguire nella produzione di libri di cultura che tengano assieme sapere scientifico e sapere umanistico. Oggi siamo forse la maggiore casa editrice di libri scientifici e, allo stesso tempo, una delle più importanti per quanto riguarda psicoanalisi, neuroscienze, storia delle religioni ecc.»

Le collane di Bollati Boringhieri a oggi sono 14. Nel 2006 sono state prodotte 98 novità, per un fatturato netto di circa 3,5 milioni di euro (9% di incremento sull'anno precedente). Entro fine 2007 saranno state prodotte 106 novità (per un fatturato che dovrebbe andare attorno ai 3,8 milioni di euro). I titoli vivi del catalogo sono circa 1.700 (primeggiano, come numero e frequenza di ristampe, le opere di Freud, Jung, Einstein, De Martino ma anche quelle di Agamben, Goedel, Illich, Pavone). Nell'ottobre 2007 è uscita la nuova collana «Contaminazioni»: collana economica che rimette al centro della ricerca e della discussione il pensiero critico e l'analisi delle varie forme del disagio contemporaneo. Negli ultimi due anni ha ripreso grande vigore la collana «Universale Bollati Boringhieri» (ripartita con il numero 500 e con un restyling grafico) proponendo, accanto ai successi, libri importanti dimenticati da altri editori, come quelli di Zanker, Mazzarino, Gurevic.

La Bollati Boringhieri ha 15 dipendenti e un solo proprietario (Romilda Bollati). Intende rimanere (caso quasi unico nel panorama italiano) piccola e assolutamente indipendente, legata alla sua grande tradizione di cultura e innovazione nella ricerca di autori e questioni da trattare, amica dei librai e, soprattutto, dei lettori.

FELTRINELLI. Il 2006 ha registrato un aumento del 29% rispetto al 2005 mentre, sempre rispetto al 2005, la prima metà del 2007 evidenzia un aumento del 19%. In cifre assolute il 2006 ha chiuso con un fatturato di 62 milioni di euro, mentre la prima metà del 2007 è già a quota 56 milioni di euro. Nella lettura di questi dati bisogna ovviamente tenere conto dell'uscita nel 2006 di due fenomeni editoriali esplosivi come Federico Moccia e Beppe Grillo.

La produzione di titoli e novità è invariata rispetto agli anni passati, e cioè è di circa 100 titoli in edizioni maggiori Feltrinelli.

Tra le principali iniziative editoriali riguarda l'«Universale Economica» il varo delle collane «Oriente» (culture e filosofie dell'Est del mondo), «Vite narrate» (biografie e autobiografie) e «Noir» (grandi classici del genere). In particolare la collana «Oriente» oltre a pubblicare novità ripropone anche i successi della collana «URRA» (Apogeo).

Va sicuramente anche segnalato, per il 2006 e il 2007 (ad oggi), il consolidamento della proposta rivolta ai «lettori di cinema» che, attraverso documentari (come *Frank Gehry Creatore di sogni* di Sydney Pollack) e fiction (Ken Loach, *Il vento che accarezza l'erba*), si è costruita uno spazio forte di proposta e vendita in libreria.

GRUPPO GEMS. L'ambizione di gruppo per il budget 2007 era di ripetere il risultato del 2006 pur senza i 20 milioni di fatturato assicurati nel 2006 da Harry Potter. «Il 2006, in pochi l'hanno rilevato,» esordisce Stefano Mauri, presidente del gruppo GeMS «ci ha visti protagonisti nella narrativa con il romanzo più venduto (il sesto Harry Potter) e nella saggistica con il saggio più venduto (*La fine è il mio inizio* di Terzani). E i primi otto mesi del 2007 ci vedono con i primi due esordienti della classifica generale e cioè Ildefonso Falcones con *La cattedrale del mare* (oggi a 350mila copie) e Kim Edwards con *La figlia del silenzio* (oggi a 150mila copie).»

Riassumendo, il Gruppo GeMS ha chiuso il 2006 con +10,4% sull'esercizio precedente e chiuderà il 2007 con +13%. Nel 2006 il fatturato ha segnato 140 milioni di euro e, la cosa sembra incredibile, il tasso di crescita medio delle controllate del gruppo, dal 1990 è del 13% all'anno.

«Devo dire» continua Mauri «che ogni anno ha la sua star. E quest'anno bisogna puntare i riflettori su Garzanti, protagonista nel primo semestre di un incremento dell'85%. A questo ha contribuito il meritato successo di Andrea Vitali, l'esordio di *La figlia del silenzio* di Kim Edwards ma anche un buon andamento diffuso, sotto il nuovo coordinamento grafico del marchio da parte di Bob Noorda e la nuova grafica della «Nuova Biblioteca Garzanti» a cura di Daniele Baroni che sembra piacere molto.» Ma, negli ultimi due anni, vanno segnalati anche l'esito delle

«Forme»: brevi saggi di grandi pensatori (Magris, Todorov, Steiner), la continuazione con una grafica alleggerita dei «Grandi Libri», gli improvvisi successi come *Volevo solo vendere pizza* di Furini, le «Garzantine» con il «Corriere della Sera», la letteratura di un terzo mondo che sta diventando primo. «Devo ricordare il buon successo di Culicchia con *Un'estate al mare*. Che dire poi di Tropper e del suo *Dopo di lei?* L'abbiamo lanciato senza particolare enfasi, ma i lettori lo stanno scoprendo... Insomma direi che Garzanti manifesta vitalità in ogni suo aspetto e l'anno prossimo riformeremo gli "Elefanti", per dare conto di questi cambiamenti anche nella versione tascabile. Da quando nel 2003 ho cominciato a occuparmi di Garzanti il numero di novità è sceso. Escludendo le riproposte in tascabile, dalle 83 del 2004 alle 77 del 2006. Meno autori sui quali lavorare meglio.»

Ma forse il 2007 di Garzanti verrà ricordato, a dispetto di tutto questo, come l'anno in cui Gherardo Colombo entra a far parte dell'editoria «Che c'entra?» spiega Mauri «Innanzitutto Gherardo ha un rispetto e una fiducia nel libro da fare impallidire persino noi editori. In secondo luogo la società civile ha molte domande da fare al potere e credo che Gherardo sarà un insostituibile aiuto, per i nostri autori, a porsi le domande giuste a cui cercare di rispondere. E mi pare che la cronaca di questi giorni lo dimostri.»

Oltre all'approfondimento su Garzanti, qualche nota sul resto del gruppo. Di Longanesi va notata oltre alla *Cattedrale* la definitiva consacrazione di Odifreddi; mentre per Guanda va ricordata l'inclusione di Luigi Brioschi tra i soci, a coronamento di vent'anni di costruzione di una delle più riuscite identità editoriali di questi tempi, nella sostanza e nella forma. Un riconoscimento più che raro nel panorama dei grandi gruppi editoriali...

Il lancio di Chiarelettere (opera di Lorenzo Fazio, ex Bur) è stato esso pure di soddisfazione. «Difficile la sfida di sostenere una casa editrice solo di inchiesta, ma di questo in Italia c'è sempre bisogno. Eppure i libri sino a ora usciti hanno superato le attese», conclude Mauri.

IL MULINO. Nel 2006 la Società editrice il Mulino ha pubblicato 52 riviste e 207 nuovi volumi; le riedizioni e le ristampe sono state 567. Il fatturato dell'area libri è stato, a prezzo di copertina, di 18 milioni di euro e ha visto un incremento del 3% rispetto al 2005.

«Grazie alla forza della proposta editoriale» dicono al Mulino «e a una certa stabilizzazione dell'organizzazione didattica dell'università, che ha sostenuto l'utilizzo di una manualistica più compatta, il settore universitario ha vissuto nel 2006 un anno positivo e ha contribuito al consolidamento del fatturato dell'editrice in libreria.»

Il 2006 del Mulino ha visto l'accentuarsi del ruolo delle grandi catene librarie e l'esigenza, quindi, di partecipare a logiche promozionali tipiche di questo segmento del mercato: così il Mulino ha sviluppato il proprio ruolo di editore di varia e una buona presenza non solo nelle grandi librerie di riferimento, ma anche nei punti vendita delle nuove catene, valorizzando, anche sul piano commerciale, soprattutto la linea dei libri di base – i libri di divulgazione pubblicati nelle collane «Universale Paperbacks» e «Farsi un'idea» – e il catalogo di storia. Sono state varate diverse campagne sulle collane «Universale Paperbacks» e «Farsi un'idea»: nel primo semestre del 2007, le vendite relative al comparto della varia hanno segnato un +23,1% rispetto al primo semestre 2006.

Nella seconda parte del 2007, il Mulino ha inaugurato la nuova collana «Voci», rivolta a un pubblico non specialista e caratterizzata da un formato più piccolo e agile. Collana veloce, disinvolta, flessibile, «Voci» accoglie saggi brevi, tra le 80 e le 130 pagine, a un prezzo contenuto tra i 7 e i 9 euro, con interventi su problemi del mondo contemporaneo e aspetti del dibattito pubblico o su tematiche storico-filosofico-letterarie di rilievo. Con la prima uscita in libreria, «Voci» propone titoli di autori di grande prestigio come Ezio Raimondi, Richard Rorty e Pascal Engel, Jan Assmann e Harald Weinrich.

LATERZA. Nel 2006 il fatturato a copertina della casa editrice è stato di circa 23 milioni di euro, comprendente le vendite di varia e di scolastica in libreria e negli altri canali distributivi, con un incremento del 5% sul 2005. Le novità della varia sono state 215, le ristampe 452. Le novità di scolastica 10, le ristampe 51.

I titoli di varia che hanno ottenuto maggiore successo di vendite sono stati *Mala costituzione e altri malanni* di Giovanni Sartori, *Diario italiano 1976-2006* di Miriam Mafai, *Identità e violenza* di Amartya K. Sen, *Vita liquida* di Zygmunt Bauman. Anche le collane economiche e tascabili hanno avuto un buon andamento, particolarmente la collana «Contromano», con opere scritte da giovani scrittori come Giuseppe Culicchia, Mauro Covacich, Roberto Alajmo e nel primo semestre 2007 Francesco Piccolo (*Italia spensierata*).

«Si è potenziata la produzione di varia “pura” da una parte e di manuali di base per l'università dall'altra.» spiega Giuseppe Laterza «Si è rafforzata la collana “Economica Laterza” che ripropone le novità dopo circa due anni a prezzi fortemente ridotti, e che negli ultimi anni ha continuamente ristampato. Abbiamo varato la nuova collana “I libri dell'ascolto” che propone testi significativi del pensiero orientale e in genere riflessioni su altre tradizioni culturali e religiose.»

MONDADORI. Secondo quanto si poteva leggere nel bilancio approvato al 31 dicembre 2006, i ricavi complessivi della divisione libri sono stati pari a 439,5 milioni (contro i 425 dell'anno precedente; +3,4%). La produzione libraria della divisione nel 2006 è stata di 2.787 novità (erano 2.728 nel 2005) e di 4.937 ristampe (contro 4.484 nel 2005), per un totale di 56,4 milioni di copie stampate.

All'interno del gruppo, il marchio Mondadori mantiene la leadership, detenendo una quota del mercato editoriale italiano (così come valutato da Demoskopea, sulla base delle librerie mediograndi) del 15,7%. Segue Einaudi con il 5,3%, Piemme 3,6%, Sperling & Kupfer 2,5%, per un totale che si aggira sul 28% dell'intero mercato nazionale. Il core business resta il comparto Trade (narrativa e saggistica, che pesa per il 60% del fatturato), quindi l'Educational (20%). Nel corso dell'anno sono state molto evidenti le crescite di Electa, Piemme e Sperling, mentre il marchio Mondadori ha perso oltre il 3% (da 142 milioni di euro fatturati nel 2005 ai 137,9 del 2006): un passo indietro dovuto al fatto che la performance incredibile di Dan Brown nel 2005 (che per volume di vendite risultava, da solo, inseribile tra i primi 5 editori italiani...) non si è potuta ripetere.

I titoli più venduti nel 2006 sono stati: Dan Brown (*Crypto*, 600mila copie vendute, lontano dal *Codice da Vinci*); Augias e Pesce (*Inchiesta su Gesù* è oggi sulle 500mila copie vendute; 420mila nel 2006); Ammaniti (*Come Dio Comanda*, 270mila) e, soprattutto, *Gomorra* di Roberto Saviano (550mila copie e quasi altre 250mila nel primo semestre 2007). Ma attenzione: perché il marchio Mondadori dà anche molta importanza ai cosiddetti titoli «commerciali». Ottime, in questo senso, le riuscite del romanzo di Fabio Volo, di *Rivergination* di Luciana Littizzetto (470mila copie), ma anche *Oggi cucini tu* di Clerici-Moroni (210mila) e *Notte prima degli esami*, che, sulla scorta del film omonimo, ha raggiunto quota 130mila copie vendute.

«La Mondadori» spiega Massimo Turchetta, direttore generale delle edizioni Mondadori «gode di ottima salute ed è talmente sana che oggi può sopportare, e crescendo, persino l'attenuarsi di un ciclone come Dan Brown. Nel 2007 le dimensioni della casa editrice saranno ancora più solide, visto che nei primi 5 mesi eravamo a 130 milioni. Va detto poi che i fatturati, al netto delle rese, ci confermano la bontà delle nostre operazioni.» Quanto alle tendenze editoriali, Turchetta conferma che «il mercato delle vendite congiunte sta diminuendo, mentre si è assistito a una forte conferma della saggistica a tesi; paga la contaminazione dei generi (il caso Saviano insegna), e marchi come "Strade blu" sono una piacevolissima sorpresa». Tra le novità, infine, va registrato l'ingresso di

Mondadori nel mercato *reference* con la collaborazione di Langenscheidt (4 dizionari compatti, 8 fraseologici e un primo dizionario italiano-inglese, per un totale di 220mila copie vendute a fine anno). «In due-tre anni» conclude Turchetta «rientreremo nel *break even*. Molto prima del previsto.»

Tra le case editrici del gruppo, dedichiamo un piccolo approfondimento a Piemme, che è stata protagonista del caso Khaled Hosseini. Nel 2006 e nella prima parte del 2007 Piemme ha consolidato e rafforzato la leadership sul mercato del libro per ragazzi, dove è dominante grazie al «Battello a vapore» e ai libri di Geronimo Stilton.

Khaled Hosseini ha determinato uno straordinario caso di «passaparola» tra i lettori, e si è giunti a 1,5 milioni di copie per *Il cacciatore d'aquiloni* e 1 milione di copie per *Mille splendidi soli*, uscito il 22 maggio 2007 in contemporanea mondiale. Si è rafforzata la linea editoriale adulti, dove Piemme occupa da anni un posto di primo piano nel campo dei thriller, con autori di culto come Michael Connelly, Dennis Lehane, George Pelecanos. Nel 2006 sono state pubblicate 300 novità e 100 paperback. Le novità sono divise al 50% tra adulti e ragazzi.

NEWTON COMPTON. Stagione importante, il 2006-2007, anche per la Newton Compton. Il bilancio ha toccato la quota di 28 milioni di euro con un incremento di circa il 18% rispetto alla passata stagione. Il tutto è stato realizzato grazie alla produzione di circa 300 titoli, equamente divisi tra ristampe e novità. Tradizionalmente, la Newton Compton può contare su un brand molto conosciuto sia in relazione al settore dei classici sia in rapporto ai libri dedicati alla storia locale e alle tradizioni popolari.

All'interno di questi segmenti, la Newton Compton, nel 2006-2007, non si limita a consolidare le sue posizioni ma cresce grazie alla buona riuscita di alcune operazioni assolutamente interessanti, anzitutto il successo di un libro come *Il gambero rozzo* di Carlo Cambi, con oltre 80mila copie vendute, che si è imposto quale fenomeno di costume.

Nella narrativa, le proposte Newton Compton relative alla stagione 2006-2007, sono raccolte nelle collane «Anagramma» e «Nuova Narrativa Newton». Soprattutto la prima, nel giro di un anno, è diventata il punto di riferimento della nuova letteratura femminile e ha sfornato grandi bestseller come *Mi piaci da morire*, *Cercasi amore disperatamente* e *L'amore non fa per me* (tre titoli per 160mila copie vendute), scritti dalla toscana Federica Bosco, ormai uno dei nomi più celebri nel panorama della narrativa italiana.

RCS. I ricavi dell'esercizio 2006 ammontano, secondo quanto si legge nel bilancio approvato, «a 721,4 milioni di euro, in crescita di 12,8 milioni ri-

petto a quanto registrato nell'esercizio precedente. Nel corso dell'esercizio 2006 è stata consolidata integralmente Adelphi Edizioni, che ha contribuito alla crescita dei ricavi per 6,2 milioni. Tutte le aree di attività risultano in miglioramento». Ricordiamo che Rcs Libri controlla i marchi editoriali Fabbri, Bompiani, Rizzoli, Bur, Sonzogno, Marsilio, Cocci-nella, Adelphi e, in Francia, il gruppo Flammarion.

Venendo all'Italia, i ricavi sono pari a 137,7 milioni e mostrano un incremento dell'1,4%, quale risultante di un'importante crescita realizzata dalle case editrici del Gruppo nel canale libreria e grande distribuzione (+5,6%).

Per quanto riguarda il marchio Rizzoli-Bur, il direttore editoriale, Paolo Zaninoni, ricorda che «negli ultimi tre anni siamo passati dai 96 milioni del 2005, ai 104 del 2006, mentre prevediamo di chiudere il 2007 a 135 milioni di euro». Se il numero delle novità e delle ristampe supera i 220 titoli ciascuno (con un incremento del 10% del 2007 sul 2006), il 2006 è stato un anno a due velocità. Una prima metà buona, e una netta accelerazione nella seconda metà. Spiega Zaninoni: «Abbiamo avuto un secondo semestre molto positivo grazie anche alle performance di *Ascolta la mia voce* di Susanna Tamaro (circa 380mila copie vendute), l'exploit di Walter Veltroni con *La scoperta dell'alba* (185mila) e le 200mila di *Parlami d'amore* di Silvio Muccino-Carla Vangelista, più altri autori di portafoglio come Enzo Biagi, che ha viaggiato sulle 160mila copie con *Quello che non si doveva dire*.

Il 2007 passerà alla storia, invece, come l'anno della *Casta*. Il successo travolgente del libro di Rizzo e Stella, partito in maggio con 30mila copie di tiratura iniziale, a fine anno aveva non solo superato il milione di copie, ma aveva dato la stura addirittura a un modo di dire, generando altre inchieste giornalistiche che hanno per oggetto «la casta».

Per far capire il tipo di successo, basti pensare a due autori di forte impatto: Federico Moccia (autore marchio, capace di portarsi dietro i lettori pur cambiando editore) ha venduto con il suo *Scusa ma ti chiamo amore* 640mila copie, mentre il papa Benedetto XVI è rimasto «solo» a 500mila copie.

Nella seconda metà dell'anno, tra gli autori consolidati, il libro di grammatica di Beppe Severgnini in pochi mesi aveva superato le 200mila copie.

Conclude Zaninoni: «abbiamo ridisegnato e rilanciato 5 collane: creandone una di varia, rafforzando la "giovanilistica" 24/7, rimesso a posto i "Piccoli saggi", dato una rinfrescata ai classici della Bur, senza dimenticare "La Scala", una collana di narrativa nella quale lanciare autori già affermati e promesse di rango».

Una nota di approfondimento su Bompiani. L'andamento generale è ottimo, come ci spiega il direttore editoriale Elisabetta Sgarbi: «La previsione di chiusura di distribuito 2007 della Bompiani è di 43,6 milioni di euro». Nel 2007 ha pubblicato 100 titoli complessivamente di cui 52 novità in edizione trade e 42 in economica. Tra i migliori risultati va segnalato *Caos calmo* di Sandro Veronesi che, uscito nel 2005, ha totalizzato complessivamente 210mila copie in edizione rilegata e oltre 90mila in economica. Contano molto gli autori di catalogo: la *backlist* di Paulo Coelho, Umberto Eco, Hanif Kureishi, le ristampe di tutti i titoli di Alberto Moravia e di Patricia Highsmith, di Tolkien danno sempre ottimi risultati. Il romanzo di Paulo Coelho, *La strega di Portobello*, è andato oltre 420mila copie, *Pura Anarchia* di Woody Allen ha raggiunto oltre 50mila copie in due mesi, mentre *Storia della bruttezza* di Umberto Eco – venduto tra l'altro in oltre 26 paesi nel mondo – oltre 40mila copie, trainando anche *Storia della bellezza*, uscita nel 2004, sempre a cura di Umberto Eco.

WHITE STAR. Le Edizioni White Star, casa editrice vercellese specializzata in libri fotografici, sono in ottima salute. Lo dimostra il fatturato, cresciuto nel 2006 a 22 milioni di euro (dai 21 dell'anno precedente, con più di 5 milioni di volumi venduti nel mondo). White Star è inoltre presente con società controllate in Egitto e Svizzera, mentre in Francia e Germania ha dato vita a Editions White Star (122 titoli a catalogo quest'autunno) e a White Star Verlag (66). I libri vengono distribuiti anche sul mercato anglofono col marchio White Star Publishers.

La novità più importante del 2007 riguarda la collaborazione tra Edizioni White Star e Wwf. Grazie a questa partnership è stato pubblicato il libro fotografico *Global 200. Terre senza confine*, che raccoglie immagini di 27 ecoregioni, scelte tra le 200 individuate dal Wwf. All'uscita del libro è inoltre legata un'iniziativa benefica per cui parte del ricavato dalla vendita sarà devoluta allo stesso Wwf proprio per la tutela di questi ambienti naturali in pericolo.

I capisaldi del catalogo restano sempre i *cubebook* (14 titoli a catalogo) in tutte le varianti, che stanno riscuotendo grande interesse nei canali della grande distribuzione e autogrill. Infine, White Star ha aperto, a fine 2006, il suo primo punto vendita, White Star Adventure: uno store nel cuore di Milano (in piazza Meda) dedicato ai viaggi e all'avventura. All'interno si possono trovare, oltre ovviamente ai libri White Star e National Geographic, una vasta gamma di volumi dedicati ai viaggi, e tutto il necessario per pianificarli, dall'abbigliamento alla strumentazione tecnica, dagli accessori all'agenzia di viaggio.

LE CIFRE DEL LIBRO
Editori e lettori:
sintonia
o fraintendimento?
di Paola Dubini ed Elena Raviola

È un po' come il Monopoli, con imprevisti e probabilità. I dati del rapporto Aie confermano una spaccatura sempre più evidente fra i pochissimi editori che possono intercettare i titoli ad alta tiratura e gli operatori marginali che devono alla coerenza del catalogo e a canali alternativi la capacità di rendersi visibili. Ma si fa strada una tendenza paradossale: se crescono grande distribuzione e Internet, la libreria, soprattutto grande e di catena, può aiutare molto di più il piccolo editore. Per tutti, un monito: se i buoni libri ci sono, bisogna accompagnarli con maggiore convinzione.

L'analisi dei dati pubblicati a cura dell'Associazione italiana editori e relativi all'andamento del settore nel 2006 induce ad alcune riflessioni sulla sostenibilità dei modelli tradizionali. Il fatturato del settore è di quasi 3.670 milioni di euro, con una crescita dello 0,6% rispetto all'anno precedente. Come vedremo in seguito, la crescita del fatturato varia in funzione dei canali distributivi considerati. Inoltre, i titoli pubblicati nel 2006 sono 59mila e segnano una crescita pari a quasi il 9% rispetto al 2004. Contestualmente, le copie prodotte sono cresciute nello stesso periodo di quasi l'8%, arrivando nel 2006 a 261.100. Infine, il numero dei lettori cresce al 44,1% della popolazione italiana, a fronte del 42,3% dell'anno precedente e del 41,4% del 2004. Quasi la metà di questi lettori però è un debole lettore, mentre solo il 13% legge più di 12 libri all'anno.

A livello complessivo della filiera editoriale, questi risultati mettono in luce tre fenomeni che hanno profonde implicazioni sul funzionamento delle case editrici e che vorremmo qui approfondire:

- la frammentazione della produzione e la polarizzazione dei mercati;
- le dinamiche distributive;
- la difficoltà della filiera a far crescere e a fidelizzare i lettori.

La crescita della frammentazione e la polarizzazione dei mercati

Le novità rappresentano a oggi il 61,1% dei titoli pubblicati. Dal punto di vista dell'editore, questo dato può essere interpretato in modi diversi: indubbiamente è indice di vitalità e di innovazione, poiché esprime la capacità dell'editore di anticipare o di cogliere nuovi bisogni di mercato. Ancora, è il risultato di un crescente sforzo di comunicazione e di promozione, che porta a declinare i titoli su più formati e su più edizioni, in modo da cogliere bisogni di segmenti marginali di lettori. Da un altro punto di vista, può essere letto in termini di una aumentata efficienza nelle fasi editoriali e di stampa, che rendono pubblicabili titoli su tirature sempre più basse. Infine, è una risposta all'emergere di una varietà di canali di vendita alternativi o complementari rispetto alla libreria, ciascuno dei quali, se ben posizionato, richiede un proprio assortimento di titoli. In presenza di fatturati costanti e di variazioni modeste nei tassi di lettura, questo sforzo non si traduce però in aumento di ricchezza per gli editori, ma solo in un aumento di costi e di complessità gestionale. Ancora, la crescita delle tirature e delle vendite dei bestseller, speculare alla crescita dei lettori occasionali, determina una spaccatura sempre più evidente fra i pochissimi editori che sanno e possono intercettare i titoli ad altissime tirature e destinati indifferentemente a tutti i segmenti di lettori (deboli, forti, giovani e vecchi, in tutti i canali di vendita) e il «resto del mondo», composto da una parte da un gruppo di marchi editoriali con un canale di elezione (gli editori di narrativa, di saggistica e di ragazzi sulla libreria, per esempio) e dall'altra da operatori sempre più confinati in posizioni di marginalità, che devono alla coerenza del loro catalogo, alla tenacia con cui cercano canali alternativi la capacità di rendersi visibili agli occhi dei loro potenziali lettori. Questi tre gruppi di editori sono sempre meno in concorrenza fra di loro (e sempre di più in concorrenza al loro interno), ma si distribuiscono in modo ineguale lettori e margini.

L'evoluzione della struttura distributiva

L'evoluzione del fatturato varia a seconda dei canali distributivi considerati; la libreria continua a essere il canale predominante per la vendita di libri sul territorio nazionale, con un fatturato di circa 1.043 milioni di euro. Come negli anni precedenti, registra una lenta, ma costante crescita. Questo dato – di per sé abbastanza «neutro» – assume un significato diverso se confrontato con i risultati della Gdo (246 milioni di euro, circa il 6% del complessivo mercato librario, con un tasso di crescita dell'8,8%

rispetto al 2005 e del 21,8% rispetto al 2004) e delle vendite su Internet (52 milioni di euro, circa l'1,2% del mercato, con una crescita del 30% rispetto al 2005 e del 67% rispetto al 2004) e di punti vendita specialistici come i bookshop museali (25 milioni di euro di fatturato, in crescita del 15% rispetto al 2005 e del 30% rispetto al 2004). Si tratta di canali apparentemente molto diversi fra loro per assortimento e importanza relativa nel settore, ma destinati a essere sempre di più in concorrenza fra loro; è vero che in presenza di tale differenza di importanza relativa i tassi di crescita sono poco confrontabili. Tuttavia – a meno di un cambiamento di prospettiva da parte della libreria – lo scenario che si prefigura è un rafforzamento progressivo della Gdo e di Internet ai danni delle librerie. In parte questo fenomeno sembra inevitabile, perché è il risultato di cambiamenti nelle abitudini di consumo dei lettori; in parte però è la conseguenza di una attenzione ancora troppo debole da parte del canale principale di vendita di libri al proprio assortimento, il che lo porta a essere in difficoltà nei confronti della Gdo sui titoli a maggiore rotazione, nei confronti di Internet per i titoli di catalogo e nei confronti dei canali specializzati per i titoli destinati al mercato di nicchia; il gigante è attaccato su tutti i fronti proprio nel suo business principale. I processi di concentrazione a livello distributivo sono stati visti con una certa preoccupazione per il rischio di rendere difficile ai piccoli editori di essere assortiti e quindi di essere visibili. Certo, un intermediario efficiente ha un elevato potere contrattuale nei confronti dei fornitori e li forza a investire in sistemi informativi, in logistica, investimenti questi che non sono alla portata di aziende piccolissime. Tuttavia, per quanto la Gdo abbia potenziato lo spazio dedicato ai libri, non è ragionevole immaginare che lo aumenti ulteriormente, anche se ha dimostrato come una gestione molto efficiente dello spazio permetta di trattare un numero relativamente elevato di titoli e non solo bestseller e novità. E per quanto Internet sia il canale più adatto a vendere i titoli a rotazione molto bassa e quelli destinati a nicchie di mercato piccole, il suo peso relativo è ancora troppo modesto perché possa rappresentare davvero il canale di riferimento per gli editori di piccole dimensioni. E quindi la libreria, soprattutto grande, soprattutto di catena, potrebbe aiutare molto di più il piccolo editore se gestisse il suo spazio in modo più efficiente.

La fatica di vender libri

La cosa più desolante della lettura annuale dei dati Aie è la constatazione della fatica che la filiera editoriale incontra nel far crescere il proprio

mercato. Dobbiamo ai bestseller, all'ubiquità dei libri in una varietà di canali, alle copertine sempre più belle e alle librerie sempre più accoglienti il fatto che aumenta il numero delle persone che leggono almeno un libro l'anno. Dobbiamo all'offerta al lettore di maggiori e più tempestive informazioni sulle novità e su una serie di servizi spesso on line, oltre ai fattori sopra descritti, il fatto che i forti lettori aumentino un poco. Poi però, il grande mercato dei non lettori e quello relativamente meno costoso da fidelizzare (quello di coloro che leggono da 3 a 10 libri l'anno) è terra di nessuno. Tutte le energie degli attori della filiera si concentrano sui pochi forti lettori e sui lettori deboli: una pacchia per i forti lettori, ma uno spreco terribile per tutti gli altri. Per carità, ci sono molti validissimi motivi per cui la gente legge poco e i tempi sono faticosi per tutte le filiere dei contenuti, però le operazioni ben gestite (i classici venduti insieme ai quotidiani, alcuni bestseller) hanno dimostrato che per fortuna i buoni libri si vendono, si leggono e stanno in classifica tanto tempo, a riprova del fatto che il mercato – se educato un po' – tanto fesso non è; e quindi, se i buoni libri ci sono, bisogna gestirli meglio, accompagnarli di più, trovare i modi per promuoverli e venderli laddove si intercetta l'attenzione del lettore.

Gli altri settori guardano alla filiera editoriale per la sua capacità di introdurre continuamente nuovi prodotti. Al tempo stesso, ci sono molti spazi di innovazione gestionale che gli attori del settore devono intraprendere – nonostante gli sforzi già fatti – se si vuole che i libri rimangano centrali nei consumi culturali delle persone. Il rischio altrimenti è che i costi per avvicinare i deboli lettori diventino sempre più alti e tutti gli attori si trovino a competere per far comprare un libro in più ai forti lettori.

ALMANACCO RAGIONATO
DELLE CLASSIFICHE
Bene gli italiani
di Giuseppe Gallo

In assenza del thriller dell'anno, la fiction degli autori stranieri perde il primato che detiene da sempre nelle graduatorie, scavalcata dalla narrativa italiana. Ma nonostante i quindici titoli italiani in classifica nei primi venti posti pochi, troppo pochi rimangono gli scrittori disponibili al colloquio con il pubblico di massa: e così fanno il pieno di punti coloro che si avvicinano al mercato senza snobismi. Regge il giallo autoctono (Camilleri, Faletti, Fruttero, Carofiglio), cresce la saggistica d'attualità e di denuncia (Saviano, Stella, Augias, ma anche Odifreddi, Allam, Pansa). E in mancanza di proposte coeve, rientrano in classifica i grandi classici.

Passato il ciclone Dan Brown, che per tre anni ha spadroneggiato nelle graduatorie dei libri più venduti, i lettori sembrano cercare nuovi beniamini, e i vertici della classifica ne risentono in modo benefico. La corsa al successo editoriale torna insomma a farsi più vivace e meno prevedibile, e di ciò non si può che rallegrarsene. Nondimeno, ai segni di dinamismo e di esuberante vivacità se ne affiancano altri più contraddittori che lasciano trasparire zone di ristagno o potenzialità non adeguatamente sfruttate.

Ma procediamo con ordine. A un esame d'insieme, sono due i dati che balzano maggiormente all'occhio. Da una parte, la singolare prestazione degli italiani che fra narrativa, saggistica e varia piazzano ben sette titoli fra i primi dieci classificati e quindici tra i primi venti (un risultato che arriva dopo una serie di annate ampiamente positive ma che conserva ugualmente quasi dell'incredibile). Dall'altra, una tendenza del pubblico a puntare su «valori» sicuri e accreditati, che premia due titoli non nuovi, già apparsi nella precedente stagione: *Il cacciatore di aquiloni* di Khaled Hosseini, primo con ben 1.909 punti, e *Gomorra. Viaggio nell'impero economico e nel sogno di dominio della camorra* di Roberto Saviano, 1.502 punti.

La distanza rispetto agli altri classificati (tutti al di sotto dei mille punti) è molto considerevole, tanto più che sia il romanzo di Hosseini sia il reportage di Saviano sono opere prime, arrivate al successo contando

inizialmente solo sulle proprie forze, senza il sostegno di una significativa campagna promozionale, avviata soltanto in un secondo tempo. Né hanno potuto trarre vantaggio dalle risorse del divismo d'autore, che pure ha un gran peso sulla fortuna editoriale di un'opera. Ciò conferma che i successi letterari seguono spesso itinerari insondabili, ai limiti della casualità, ma anche che le classifiche sono meno inaccessibili alle nuove proposte di quanto si voglia credere. Semmai, è vero l'opposto: il ricambio periodico è tanto inevitabile quanto funzionale alla vitalità del mercato.

D'altra parte, la storia dell'editoria italiana è piena di titoli che sono rimasti alla ribalta per lunghi o lunghissimi periodi: da *Un uomo* di Oriana Fallaci a *Il nome della rosa* di Umberto Eco a *Va' dove ti porta il cuore* di Susanna Tamaro, per arrivare ai più recenti *Io uccido* di Giorgio Faletti, *Io non ho paura* di Niccolò Ammaniti, *Non ti muovere* di Margaret Mazzantini, *La ragazza con l'orecchino di perla* di Tracy Chevalier e lo stesso *Codice da Vinci* di Dan Brown. Ce ne sarebbe abbastanza per chiedersi se i comportamenti dei nostri connazionali negli acquisti librari non siano in qualche modo condizionati da un radicato conservatorismo che, è vero, li espone meno ai richiami consumistici della logica del best-seller di stagione ma li rende per contro più dipendenti dalle mode del momento, indotte o impostesi dal basso.

Ma vediamo gli altri titoli della top ten. Al terzo posto si afferma *Inchiesta su Gesù. Chi era l'uomo che ha cambiato il mondo* di Corrado Augias e Mauro Pesce, con 998 punti, seguito da *L'ombra del vento* di Carlos Ruiz Zafon, 988 punti; *Scusa ma ti chiamo amore* di Federico Moccia, 913 punti; *Fuori da un evidente destino* di Giorgio Faletti, 796 punti; *La casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili* di Sergio Rizzo e Gian Antonio Stella, 790 punti; *Mille splendidi soli* ancora di Hosseini, 678 punti; *Rivergination* di Luciana Littizzetto, 678 punti, e *Ragionevoli dubbi* di Gianrico Carofiglio, 663 punti (i risultati sono ricavati, come sempre, dall'esame delle graduatorie settimanali realizzate dall'Istituto Demoskopie assegnando 100 punti al libro più venduto della settimana e agli altri un proporzionale punteggio inferiore, e pubblicate su «Tuttolibri» dal 2 settembre 2006 al 4 agosto 2007).

Come si vede, le preferenze dei lettori vanno in primo luogo a una narrativa di indole psicologico-esistenziale, che non disdegna affatto gli intrighi avventurosi ma tende a filtrare i fatti attraverso la coscienza dei protagonisti. Poco importa se la scena è ambientata nel presente metropolitano o viene proiettata su uno sfondo storico più o meno lontano. Comunque questi romanzi affondano lo sguardo nei turbamenti di un Io problematico, che va cercando le sue verità interiori nel conflittuale e spesso penoso confronto con l'ambiente circostante in cui gli è toccato di

vivere. Insomma, la storia di un'anima. In questa categoria si collocano testi peraltro eterogenei quali *Il cacciatore di aquiloni*, *L'ombra del vento*, *Scusa ma ti chiamo amore*, *Mille splendidi soli*, oltre che *La cattedrale del mare* di Ildefonso Falcones (undicesimo con 632 punti), *Come Dio Comanda* di Ammaniti (sedicesimo, con 473 punti), *Inés dell'anima mia* di Isabel Allende (trentesimo con 228 punti).

Tuttavia, ciò che più d'ogni altra cosa stupisce nella classifica della stagione 2006-2007 è quello che manca: il romanzo d'azione *made in Usa*, che con i suoi fitti intrighi e i suoi incalzanti ritmi ha contribuito in maniera determinante all'espansione del mercato librario in Italia, peraltro diversificandosi in un assortimento quanto mai ampio di generi e sottogeneri: legal thriller, *techno*, *criminal*, thriller politico-complottistico, fanta-thriller, thriller psicologico-spirituale, *gangster story*, *spy story*... Bisogna arrivare al ventisettesimo posto per trovare *Innocente. Una storia vera* di John Grisham (306 punti), mentre *Crypto* di Dan Brown si ferma al trentatreesimo (253 punti) e *Hannibal Lecter* di Thomas Harris al cinquantasettesimo (151 punti). Solo in posizioni di media o bassa classifica incontriamo *A rischio* di Patricia Cornwell (84 punti); *La ragazza di polvere* di Michael Connelly (80 punti); *La bambola che dorme* di Jeffery Deaver (74 punti); *L'afghano* di Frederick Forsyth (58 punti); *Il poeta è tornato* di Michael Connelly (57 punti); *La luna fredda* di Jeffery Deaver (55 punti); *Skeleton* della canadese Kathy Reichs (37 punti); *La storia di Lisey* di Stephen King (32 punti); *Prova d'appello* di Scott Turow (17 punti); *Next* di Michael Crichton (9 punti).

Naturalmente, è probabile che ci troviamo di fronte a una fisiologica e solo momentanea fase recessiva che fa seguito all'ubriacatura delle stagioni trascorse dominate dalle alte e altissime tirature di Dan Brown e dei suoi emuli. Certo è che le predilezioni dei lettori sembrano essersi spostate o verso l'area di lingua spagnola (Ruiz Zafon, Falcones) o verso quegli autori di lingua inglese che, per le loro origini nazionali, si differenziano in modo considerevole dagli standard del romanzo anglo-americano (Hosseini, Allende e Amos Oz, quest'ultimo ventunesimo con *Non dire notte*).

D'altro canto, è da osservare che, a fronte del relativo ridimensionamento del thriller, tiene bene il giallo all'italiana, più attento alle qualità di scrittura e all'approfondimento del carattere dei personaggi. Qui, d'altronde, il divismo d'autore torna a esercitare la sua influenza. Protagonisti del fenomeno sono infatti maestri della *detection* con un pregevole stato di servizio, più o meno di lunga data: Andrea Camilleri, *Le ali della sfinge*, *Le pecore e il pastore*, *La pista di sabbia*, *Il colore del sole*; Carlo Fruttero, *Donne informate sui fatti*; Gianrico Carofiglio, *Ragionevoli dubbi*,

Testimone inconsapevole, e Giorgio Faletti che, abbandonati i moduli romanzeschi d'oltreoceano delle prime prove narrative, con *Fuori da un evidente destino* si cimenta con gli schemi maggiormente acclimatati nella tradizione poliziesca italiana. Se si considera che ben cinque di questi titoli sono pubblicati da Sellerio, si potrà poi trarne una fondamentale lezione: il mercato dei successi non è affatto precluso agli editori piccoli, e per giunta periferici rispetto ai centri nevralgici dell'industria libraria, quando sanno investire in modo oculato e lungimirante.

Ma torniamo alle cifre. Proprio a causa dei mancati introiti del thriller, la compagine della narrativa straniera perde il primato che detiene da sempre nelle graduatorie, portando nei primi venti classificati solo tre titoli, contro i nove della narrativa italiana e i sei della saggistica (mentre varia e tascabili si devono accontentare di un titolo ciascuno). Se proviamo a sommare i risultati di tutti i libri che hanno fatto almeno un ingresso in classifica, la narrativa italiana totalizza 11.408 punti, la straniera 9.409, la saggistica 6.635, i tascabili 4.555, la varia 4.127, la narrativa per ragazzi 2.361 punti. Per i nostri connazionali si potrebbe parlare di vero e proprio exploit, se non fosse che alle luci si alternano immancabilmente le ombre. Nonostante l'eclatante *score* complessivo, i titoli italiani sono infatti appena 58 (che considerando le presenze multiple vuol dire 43 autori), contro i 95 della straniera, i ben 123 della varia, i 107 della saggistica e i 96 della narrativa per ragazzi. Se ne deve dedurre che, a dispetto di una generosa e addirittura insistente domanda, l'offerta continua a essere relativamente avara: pochi, troppo pochi rimangono gli scrittori disponibili al colloquio con il pubblico di massa. L'inevitabile conseguenza è che coloro che si avvicinano al mercato senza snobismi e pregiudizi fanno il pieno dei punti, che in altre aree merceologiche sono invece ripartiti più equamente fra una serie di proposte competitive fra loro.

Da sottolineare è poi il buon riscontro delle opere di saggistica, che in base alle preoccupazioni tematiche possiamo riunire in due raggruppamenti: da una parte l'interrogazione religiosa, dall'altra la denuncia politico-civile. Per quel che riguarda il primo filone, dopo la tempesta anarco-spiritualistica dei testi consacrati ai Templari, al Santo Graal e alle dotte congetture sui familiari di Gesù incentivate dai numeri da record del *Codice da Vinci*, l'impressione è che sia in atto uno sforzo proteso a rimettere ordine e a ribadire alcuni punti fermi. Non a caso l'attenzione si concentra soprattutto sul fondatore del cristianesimo di cui si occupano due opere diversamente autorevoli: *Gesù di Nazaret* di Joseph Ratzinger (diciottesimo con 408 punti) e *Inchiesta su Gesù* di Corrado Augias e Mauro Pesce (giornalista famoso il primo, biblista di prestigio il secondo). Entrambi i testi mirano anzitutto a ricostruire la figura storica del-

l'uomo Gesù, a cominciare dalle sue origini, dal suo ambiente, dalla lingua che parlava, dalle azioni compiute. Ma mentre il primo (come è giusto aspettarsi, dato il ruolo dell'autore, teologo e capo della Chiesa cattolica) ne mette in luce il destino trascendente per riaffermare il significato religioso e atemporale dell'esperienza cristologica, il secondo tende ad avvolgere la sua figura in un alone mitico che ne fa quasi un eroe solitario.

A tali testi si contrappone in un modo che non potrebbe essere più energico quello del filosofo e matematico Piergiorgio Odifreddi, *Perché non possiamo essere cristiani (e meno che mai cattolici)*, diciassettesimo con 470 punti. Il ribaltamento della celebre affermazione crociana ne chiarisce del resto l'intento programmatico. L'ampio e articolato saggio muove, sì, da un'accurata indagine delle Scritture e della storia della Chiesa, ma lo scrupolo esegetico è posto al servizio di una passione militante di derivazione neoilluministica che, in contrapposizione al dogma cristiano, riconosce un diverso ma non meno esclusivo credo, quello della ragione scientifica.

Quanto alla saggistica politica, fatta eccezione per *Viva Israele* di Magdi Allam (che tuttavia si arresta in posizioni di bassa classifica), si registra una pressoché completa caduta di interesse per i drammi e le minacce politico-economiche della scena internazionale che, dopo il settembre 2001, avevano a lungo influenzato la produzione libraria. Archiviata, almeno nella galassia Gutenberg, anche la guerra in Iraq e i suoi angoscianti strascichi, l'attenzione torna insomma a focalizzarsi sui fatti e misfatti di casa nostra: il potere della camorra e la sua metamorfosi in comitato d'affari (a cui è dedicato il reportage di Saviano, che si inserisce meglio in questa famiglia che non in quella della narrativa dove viene solitamente rubricato); gli abusi dell'oligarchia politica e le sue esorbitanti spese (*La casta*); il degrado dell'informazione scritta e televisiva in Italia, sempre più intimidita e assoggettata alle lobby di potere (*La scomparsa dei fatti* di Marco Travaglio, ventesimo con 385 punti). In questo raggruppamento si inserisce legittimamente anche *La grande bugia* di Giampaolo Pansa, tredicesimo con 499 punti, terzo volume dedicato al censimento degli episodi di accanimento antifascista a guerra conclusa, ma sorretto da un intento polemico che guarda in realtà al presente. Lo scopo è infatti chiamare la sinistra postcomunista a ripensare criticamente le origini della nostra Repubblica per chiudere i conti lasciati in sospeso con il passato.

Sul versante della varia, si segnala invece il largo consenso ottenuto dalle caustiche note di costume di *Riverrigination*, che riporta in auge il genere umoristico dopo una lunga assenza dai vertici delle classifiche. Il libro della Littizzetto tuttavia non costituisce se non un fortunato caso

isolato. Siamo lontani dai fasti che questo genere ha conosciuto negli anni novanta e all'inizio del nuovo millennio grazie a una congerie di libriccini comici che sfruttavano la popolarità di una nutrita schiera di cabarettisti e battutisti televisivi. D'altra parte, il quadro presenta tinte ancora più fosche se si considera che gli scrittori tecnicamente più dotati hanno rinunciato da tempo a cimentarsi con i modi di un decoroso umorismo letterario che pure nel nostro paese ha una lunga e pregevole tradizione, da Achille Campanile a Giovannino Guareschi.

Nondimeno la voglia di ridere non sembra affatto tramontata. Piuttosto trova espressione in testi di carattere eterogeneo e diversa natura quale *La classe fa la ola mentre spiego*, una selezione dei contributi che gli studenti hanno offerto al blog «7 in condotta» inviando le note disciplinari ricevute per le loro infrazioni scolastiche. Sempre nella varia, un altro testo, di ben diverso tenore e profondità critica, richiama l'attenzione sulla vita nelle aule delle nostre scuole: *Lettera a una professoressa. Edizione speciale «Quarant'anni dopo»*, che ripropone il celebre libro-manifesto di don Lorenzo Milani, accompagnato da una serie di documenti esplicativi e di testimonianze inedite, oltre che da una rassegna stampa del dibattito dell'epoca.

Proprio questo «classico» del Novecento offre l'occasione per una riflessione conclusiva sull'ingente numero di opere della tradizione letteraria antica e moderna che hanno fatto registrare almeno una comparsa in classifica. Si va dai classici latini e greci con testo a fronte (l'*Iliade* di Omero, i *Lirici greci*, *Tutte le opere* di Orazio) ai classici della letteratura medievale e moderna (la *Commedia* di Dante Alighieri in tre volumi, *Don Chisciotte della Mancia* di Miguel de Cervantes, *Poesie e prose* di Giacomo Leopardi in due volumi), ai grandi romanzi dell'Otto-Novecento (*La freccia nera* di Robert Louis Stevenson, *Il piccolo principe* di Antoine de Saint-Exupéry, *1984* di George Orwell, *Mattatoio n. 5* di Kurt Vonnegut).

Per quanto riguarda i moderni classici italiani, i prediletti sono quelli ormai istituzionalizzati dal codice novecentesco: *La coscienza di Zeno* di Italo Svevo; *Il sentiero dei nidi di ragno*, *Il barone rampante*, *Il cavaliere inesistente*, *Il visconte dimezzato* di Italo Calvino, *Il Gattopardo* di Giuseppe Tomasi di Lampedusa, *Il sergente nella neve* di Mario Rigoni Stern, *Il giorno della civetta* di Leonardo Sciascia. Ma non mancano titoli meno prevedibili quali *Libera nos a malo* di Luigi Meneghello.

Naturalmente, ci sarebbe da domandarsi quanto questi testi siano realmente letti per soddisfare i bisogni di ricreazione estetica e quanto invece non siano oggetti simbolici da esporre in salotto, secondo un costume un po' *old fashion* ma non del tutto tramontato comune ai ceti di

formazione umanistica. Non è da escludere tuttavia che, almeno in parte, il cospicuo numero di classici ad alte tirature non rifletta una reale insoddisfazione del pubblico che, non trovando l'appagamento che cerca nelle proposte degli autori coevi, ripiega sui grandi orditori di storie del passato vicino o lontano.

DIARIO MULTIMEDIALE
«Nati digitali»
e «immigrati digitali»
di Cristina Mussinelli

Il ricorso sempre più frequente ai motori di ricerca come prima fonte di accesso alle informazioni, la disponibilità di contenuti creati direttamente dagli utenti e la diffusione di strumenti che facilitano la comunicazione sono gli elementi del Web 2.0 che più possono avere un impatto sul mondo editoriale. L'utilizzo delle nuove possibilità è diffuso soprattutto nelle fasce di pubblico più evolute, che coincidono proprio con il mondo dei forti lettori e dei più assidui fruitori di consumi culturali: è dunque essenziale per le aziende editoriali capire in che modo utilizzare la nuova frontiera della rete e inserirla in modo coerente nelle proprie strategie di mercato.

Web 2.0: la nuova frontiera della rete, un'ennesima rivoluzione che modifica completamente il panorama in cui le aziende editoriali si trovano a operare, in cui le parole chiave sono collaborare, comunicare, connettere, raccogliere e classificare, personalizzare, e in cui gli utenti sono sempre più protagonisti sia come consumatori e utilizzatori ma anche, per la prima volta in modo così massiccio, direttamente come creatori di contenuti e servizi.

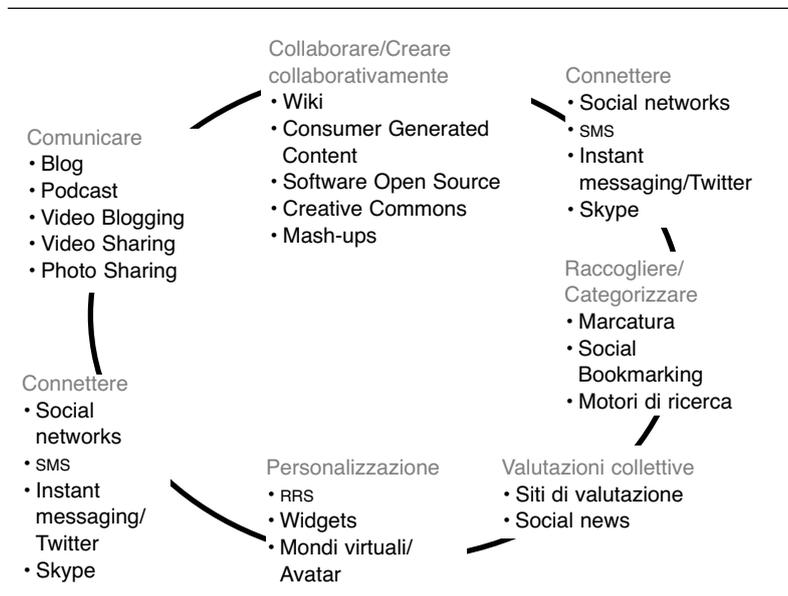
Nel giro di poco più di un anno si è passati da una concezione della rete statica, basata su una gestione centralizzata, unidirezionale, in cui erano necessarie competenze tecnologiche specialistiche per poter pubblicare e partecipare, a una nuova rete concepita come ambiente dinamico, distribuita, bi o multidirezionale, in cui anche persone con ridotte conoscenze tecnologiche possono diventare protagoniste.

Il Web 2.0 è un mix di tecnologie abilitanti e servizi collegati che insieme producono nuovi comportamenti sociali (Grafico 1).

Probabilmente però chi ha seguito fin dall'inizio l'evoluzione di Internet e si ricorda di fenomeni come i Bbs (Bulletin Board System) o ha collaborato alla redazione delle prime Faq, non si stupisce più di tanto: può infatti riconoscere in questa evoluzione il riemergere di alcuni di quegli elementi, come la disponibilità a collaborare e a mettere in condivisione con gli altri le proprie conoscenze e competenze, che erano fondamentali nella rete degli inizi, prima che diventasse il fenomeno com-

merciale che tutti conosciamo oggi, e che si basavano su una logica di scambio reciproco e di arricchimento complessivo.

Grafico 1 – La mappa del Web 2.0



Fonte: elaborazione personale

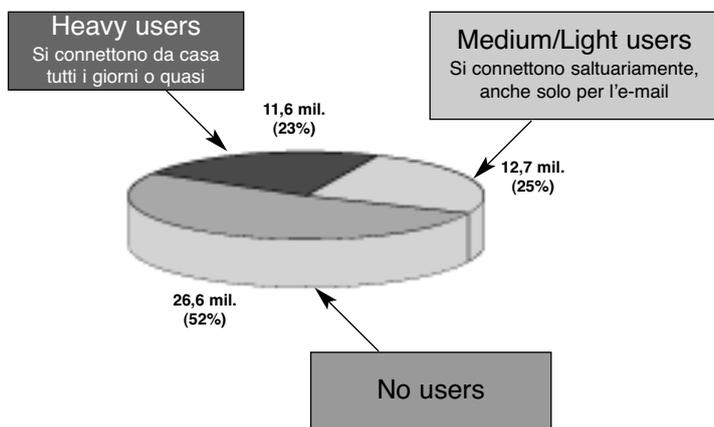
Tre in particolare sono gli elementi del Web 2.0 che, più di altri, possono avere un impatto sul mondo editoriale: l'utilizzo sempre più frequente dei motori di ricerca come prima fonte di accesso alle informazioni e ai contenuti editoriali; la disponibilità di contenuti creati direttamente dagli utenti, i cosiddetti *user generated content*; e la diffusione di strumenti che facilitano la comunicazione, lo scambio e la condivisione delle informazioni tra utenti, come per esempio i blog o i siti come i social network.

Il tutto è poi accelerato dalla diffusione delle connessioni a banda larga con tariffe fisse, che permettono di utilizzare la rete illimitatamente e anche per lo scambio di contenuti multimediali, pure in modalità interattiva.

Secondo le più recenti indagini il 70% degli adulti e il 90% degli adolescenti negli Usa utilizza regolarmente la rete, tra questi il 91% usa l'e-mail e i motori di ricerca, il 67% consulta le news e il 39% legge i blog.

In Italia circa il 50% utilizza Internet e il 23% si connette tutti i giorni o quasi da casa (Grafico 2).

Grafico 2 – L'utilizzo di Internet in Italia
(valori in milioni di persone e in percentuale)



Fonte: Osservatorio permanente sui contenuti digitali – © Aie, Aidro, Cinecittà Holding, Fimi e Univideo. Popolazione > 14 anni

Il mondo si divide ormai nettamente tra coloro che sono «nati digitali» (*born digital*), che hanno un'età compresa tra 0 e 14 anni, e tutto il resto del mondo, composto dei cosiddetti «immigrati digitali», definizione che ben rappresenta la situazione di coloro per i quali il pc non ha fatto parte della vita quotidiana per lungo tempo.

Inoltre, secondo quanto emerso dall'Osservatorio sui contenuti digitali (un progetto di Aie, Aidro, Cinecittà Holding, Fimi e Univideo che hanno incaricato AC Nielsen per la realizzazione dell'indagine), l'utilizzo delle nuove possibilità offerte dal Web 2.0 è diffuso soprattutto nelle fasce del pubblico più evoluto, che coincidono proprio con il mondo dei forti lettori e dei più assidui fruitori di consumi culturali.

Come incidono questi fenomeni sulle modalità con cui operano le aziende editoriali?

Da un lato l'utilizzo sempre più frequente dei motori di ricerca come prima e attendibile fonte per il reperimento di contenuti e informazioni sta obbligando gli editori a organizzarsi in modo da far sì che i motori effettuino le ricerche anche sui loro contenuti. Una maggiore visibilità in rete può diventare un elemento fondamentale per aumentare le vendite e l'utilizzo anche dei prodotti cartacei.

Per promuovere l'acquisto sta diventando inoltre sempre più importante fornire a chi naviga on line le stesse possibilità di valutare le caratteristiche e le specificità del prodotto editoriale che si hanno in libreria, presentando quindi ai lettori parti dei propri testi, quali indici, capitoli o pagine di esempio, fornendo informazioni commerciali dettagliate, mettendo a disposizione anche immagini.

Disporre delle versioni digitali e trasferire i contenuti tradizionali sul web è diventata quindi una scelta quasi obbligata per tutti gli editori, anche per quelli che intendono continuare a produrre e vendere solo le versioni cartacee, come per esempio nel caso delle opere di narrativa e saggistica o nell'editoria per ragazzi.

Questo processo è stato accelerato da quei progetti promossi da aziende che operano nel mondo delle tecnologie, come «Search Inside The Book» di Amazon, «Live Search Books» di Microsoft o «Book Search» di Google, che per primi hanno offerto ai lettori on line la possibilità di sfogliare i testi prima di acquistarli o di utilizzare i motori di ricerca per reperire facilmente i libri desiderati, dando loro accesso anche a informazioni fino a poco tempo fa disponibili solo off line.

Gli editori, pur aderendo a questi progetti, hanno però deciso anche di promuovere altri progetti che diano loro la possibilità di mantenere il controllo diretto dei contenuti digitali e del copyright, pur permettendo l'accesso differenziato a diversi target di utenti e sviluppando nuovi canali di vendita per i loro libri.

Iniziative in questo ambito sono state promosse sia da enti collettivi, come nel caso di Libreka.de – progetto tedesco presentato alla Fiera del Libro di Francoforte di quest'anno e promosso dal Börsenverein, che ha come obiettivo la creazione di un catalogo dell'editoria tedesca on line e che metterà a disposizione degli editori e dei librai tedeschi una piattaforma che offrirà loro la possibilità di far ricercare e visualizzare la produzione editoriale – sia da singoli editori.

HarperCollins, per esempio, ha digitalizzato e archiviato 12mila titoli di catalogo ed è previsto che tutte le novità, circa 1.200 ogni anno, saranno gestite automaticamente in versione digitale. Il catalogo sarà interamente ricercabile sia dal sito della casa editrice sia dai motori di ricerca e comprenderà opere di autori quali Isabel Allende, Paulo Coelho,

Michael Crichton e C.S. Lewis. Attualmente sono già disponibili on line, sul sito della casa editrice, con funzionalità di ricerca e di «sfoglialibro», più di 6.000 titoli (Figure 1 e 2).

Figura 1 – HarperCollins. Esempio di pagina «Browse Inside»



Fonte: www.harpercollins.com

Per rispondere anche alle esigenze degli utilizzatori del Web 2.0, per 700 titoli è stata anche attivata una distribuzione «virale» grazie all'uso dei *widget*. I *widget* sono applicazioni software che permettono di creare oggetti raffiguranti la copertina del libro e dotati della funzionalità «sfoglialibro», che possono poi essere ripresi facilmente in altri siti, blog e community come MySpace, o utilizzati anche sui telefonini di terza generazione: una volta che l'utente clicca sulla copertina il *widget* lancia la funzione «sfoglialibro» nel sito, blog o community in cui è stato inserito.

Anche Random House ha lanciato questa funzionalità e sul suo sito sono oggi disponibili *widget* di più di 5.000 titoli.

aziende e da organizzazioni più grandi, tanto che stanno diventando un potente e innovativo strumento di marketing, capace di influenzare il pubblico di riferimento.

In un mondo come quello editoriale, dove il passaparola e il rapporto di fiducia che il lettore instaura con la casa editrice o con l'autore sono alcuni dei principali strumenti di promozione e diffusione dei prodotti, l'utilizzo del blog viene visto con molto interesse. In Italia la Feltrinelli ha per prima utilizzato questo strumento con ottimi riscontri per i libri di Federico Moccia, creando un blog e un forum per i suoi appassionati, che sono stati scherzosamente, vista l'età, chiamati «i Mocciosi».

Anche il mondo dei *social networks* può offrire nuovi strumenti che possono essere utilizzati in modo proficuo dalle aziende editoriali, basti pensare a siti come Anobii (www.anobii.it) o Bibsonomy (www.bibsonomy.org) in cui community di lettori mettono in condivisione con altri lettori le loro bibliografie, dando una valutazione dei libri inseriti, si scambiano commenti sui libri letti e si danno consigli di lettura, un vero e proprio passaparola on line.

E anche un fenomeno come Lulu.com, il sito che meglio di tutti forse è riuscito a organizzare il fenomeno degli *user generated contents* e permette a chiunque di pubblicare il suo libro senza dover trovare un editore, e quindi potrebbe essere visto come un concorrente, in realtà viene utilizzato dalle case editrici come possibile serbatoio di potenziali nuovi autori: i libri pubblicati vengono seguiti per vedere se tra i loro autori si nasconde un nuovo creatore di bestseller.

I dati di Lulu sono impressionanti: nata nel 2002, si definisce come la più grande comunità creativa on line; ne fanno parte 1 milione di utenti attivi e ogni settimana si iscrivono 15mila nuovi membri, provenienti da 80 paesi: conta 4.000 titoli pubblicati la settimana e 2 milioni di titoli venduti in tutto il mondo.

I libri pubblicati sono i più diversi: si passa da titoli stampati in copie singole o in tirature molto ridotte, spesso di autori esordienti o creati ad hoc per una specifica occasione, a manuali tecnici iperspecialistici di grandi aziende. L'autore decide tutto: il formato, la carta, le immagini (grazie anche a un accordo con l'agenzia Getty Images che mette a disposizione un archivio di 100mila foto al modico costo di 1 euro per la copertina e 50 centesimi per l'interno), il prezzo. Grazie alle funzionalità recentemente offerte dalla piattaforma, potrà anche decidere di creare una versione e-book o per l'iPhone.

Insomma, diventa sempre più importante per le case editrici essere in grado di monitorare i trend emergenti nell'utilizzo delle tecnolo-

gie e dei servizi che ne derivano, per poter capire come utilizzarle e inserirle in modo coerente nelle proprie strategie di mercato, non chiudendo la porta alle novità ma trovando forme innovative di interazione con il proprio pubblico di riferimento, e dove possibile cooperando con gli altri attori che fanno parte di un mondo in cui la convergenza dei media sta diventando una realtà.

INDICE DEI NOMI E DEI TITOLI

Dei titoli citati si dà l'indicazione dell'editore e della data di pubblicazione solo quando sono oggetto di specifica trattazione.

- ABATE, C. 67
ACNIELSEN, 26, 222
ADELPHI EDIZIONI, 247
AGAMBEN, G. 241
AGNELLI, G. 46
AIDRO (Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere d'Ingegno), 160, 204, 262
AIE (Associazione Italiana Editori), 156, 157, 158, 159, 160, 167, 168, 191, 200, 204, 208, 210, 213, 216, 217, 218, 219, 222, 234, 237, 249, 251, 262
Dalla domanda di lettura alla domanda di cultura (settembre 2004), 209
Investire per crescere (settembre 2006), 209
Rapporto sull'editoria italiana 2006, 159, 168
«Airone», 227
ALACRÁN, 195
ALAJMO, R. 244
«Albi speciali», Bonelli, 16
ALICE, 167, 171, 172
ALIGHIERI, D. 138, 189, 191, 258
La Divina Commedia, 139, 191, 258
ALLAM, M. 253, 257
Viva Israele. Dall'ideologia della morte alla civiltà della vita: la mia storia (Mondadori, 2007), 257
ALLEN, W. 248
Pura Anarchia (Bompiani, 2007), 248
ALLENDE, I. 255, 263
Inés dell'anima mia (Feltrinelli, 2006), 255
«Almanacco del West», Bonelli, 16
ALTAN, F.T. 44, 45, 46, 47, 127, 128, 130, 133
«Alter», 21
«Alter Alter», 57
AMANPOUR, C. 92

- AMATO, G. 157
- AMAZON, 152, 153, 194, 240, 263
- AMMANITI, N. 74, 75, 77, 83, 84, 245, 254, 255
Come Dio Comanda (Mondadori, 2006), 74, 77, 83, 245, 255
Io non ho paura (Einaudi, 2001), 74, 254
- «Anagramma», Newton Compton, 246
- ANDERSEN, premio, 128
- ANDERSON, C. 170
- ANGIOLINI, S. 63
- ANOBII, 266
- APOGEO, 242
- ARGENTO, D. 197
- ASDA, 153
- ASSMANN, J. 244
- ASSOCIAZIONE DELLA CICUTA, 101
- ATTANASIO, P. 207
- AUGIAS, C. 245, 253, 254, 256
Inchiesta su Gesù. Chi era l'uomo che ha cambiato il mondo (con M. Pesce, Mondadori, 2006), 245, 254, 256
- BAER, W.C. 195
Baciami Giuda (Marsilio, 2005), 195
- BAJANI, A. 107, 108, 110
Cordiali saluti (Einaudi, 2005), 110
Mi spezzo ma non m'impiego. Guida di viaggio per lavoratori flessibili (Einaudi, 2006), 107
- BALDAZZINI, R. 63
- BALDINI CASTOLDI DALAI, 94, 97, 125, 238, 239, 240
- BALESTRINI, N. 111
Vogliamo tutto, 111
- BANDA, A. 189
Scusi, prof, ho sbagliato romanzo (Guanda, «Narratori della Fenice», 2006), 189
- BARBIERI, R. 62
- BARICCO, A. 180
- BARNES & NOBLE, 151, 152
- BARONI, D. 242
- BARU (pseud. di H. Barulea), 125
L'autoroute du soleil (Coconino Press, 2001), 125
- BARULEA, H. vedi BARU
- BARX, C. 60
- BATAILLE, G. 55
- «Battello a Vapore» (Il), Piemme, 246
- BAUMAN, Z. 244
Vita liquida (Laterza, 2006), 244
- BEATLES (THE), gruppo musicale, 149
- BEAUCHAMP, T. 103
- BEER, J. (a cura di)
La classe fa la ola mentre spiego. Le note disciplinari più pazze d'Italia (Rizzoli, 2006), 258
- «Bella e Bronco», Bonelli, 121
- BENEDETTO XVI vedi RATZINGER, J.
- BENIGNI, R. 189, 191
- BENNATO, E. 75
Quando sarai grande (canzone), 75
- BERGER, S. 63
- BERLINGUER, L. 139
- BERLUSCONI, S. 137
- BERSANI, G.L. 136
- BERTAGNA, G. 138
- BERTINOTTI, F. 47
- «Best Seller Rizzoli», 93
- BÉVÈRE, M. DE vedi MORRIS
- BIAGI, E. 247
Quello che non si doveva dire (con L. Mazzetti, Rizzoli, 2006), 247
- BIBSONOMY, 266
- BIELSEN, J. 100
Fin de vie en Europe. Le point sur les pratiques médicales (con J. Cohen e P. Welby, «Population et Sociétés», 2007), 100

- BIG CHAMPAGNE, 153
 BLACK VELVET, 125
 BLOGO, 184, 185
 BLOOMSBURY PUBLISHING, 150, 153, 154
 «Blue», Coniglio Editore, 123
 BOLLATI BORINGHIERI, 241
 BOLLATI, R. 241
 BOMPIANI, 238, 247, 248
 BONAIUTO, A. 84
 BONELLI EDITORE, 23, 120, 121, 124, 229
 BONELLI, famiglia, 120, 121
 BONELLI, G. 120
 BONELLI, S. 16, 18, 21, 22, 39, 120
 BONELLI/DARGAUD, 121
 BONSAININJA, 195
 «Book Search», Google, 263
 BORASCHI, A.
 Il dolore e la politica. Accanimento terapeutico, testamento biologico, libertà di cura (con L. Manconi, Bruno Mondadori, 2007), 102
 BORDERS, 151, 152
 BORDERS & WALDENBOOKS, 151
 BÖRSENVEREIN, 263
 BOSCO, F. 246
 Cercasi amore disperatamente (Newton Compton, 2006), 246
 Mi piaci da morire (Newton Compton, 2005), 246
 BOUCHANE, M. 67
 Chiamatemi Alì (Leonardo, 1991), 67
 «Brad Barron», Bonelli, 122
 BRASCHI, A.
 Il dolore e la politica. Accanimento terapeutico, testamento biologico, libertà di cura (Bruno Mondadori, 2007), 102
 BRECHT, B. 81, 86
 BRIOSCHI, L. 243
 BROWN, D. 99, 223, 245, 253, 254, 255
 Crypto (Mondadori, 2006), 245, 255
 Il Codice da Vinci (Mondadori, 2004), 245, 254, 256
 «Browse Inside», HarperCollins, 264, 265
 BRUEGEL, P. IL VECCHIO 38, 40
 BRUNER, J. 135
 BRUNO MONDADORI, 102
 BUARQUE, C. 116
 «Buena Vista Lab», 120
 BUR, 205, 243, 247
 BURATTO, F. 108, 109
 Curriculum atipico di un trentenne tipico (Marsilio, 2006), 108
 BURGESS, A.
 Arancia meccanica, 55
 BUSCAGLIONE, F. 43
 BUTTAFUOCO, P. 83, 84, 85, 86
 Le uova del drago (Mondadori, 2005), 84, 86
 CAJELLI, D. 62
 Alta infedeltà. Il meglio dell'eros italiano a fumetti (con M. Schiamone, Mondadori, «Oscar bestseller», 2007), 62
 CALIPARI, N. 94
 CALVINO, I. 17, 20, 21, 173, 178, 258
 Il barone rampante, 258
 Il cavaliere inesistente, 258
 Il sentiero dei nidi di ragno, 258
 Il visconte dimezzato, 258
 Se una notte d'inverno un viaggiatore, 20
 CAMBI, C. 246
 Il gambero rosso. Guida alle osterie e trattorie d'Italia. Più che una questione di etichetta è una questione di forchetta (Newton Compton, 2005), 246
 CAMILLERI, A. 180, 239, 253, 255
 Il colore del sole (Mondadori, 2007), 255

- La pista di sabbia* (Sellerio, 2007), 255
Le ali della sfinge (Sellerio, 2006), 255
Le pecore e il pastore (Sellerio, 2007), 255
- CAMPANILE, A. 258
- CAMPORESI, P. 56
- CANOY, M.F.M. 144
The economics of books (con J.C. van Ours e F. van der Ploeg, «CESifo Working Paper», 2005), 144
- CAPITANI, F. 67, 68
E l'Italia gira pagina con gli scrittori venuti dall'Africa (con E. Coen, «Il Venerdì di Repubblica», 2005), 67
Pecore nere. Racconti (a c. di, con E. Coen, Laterza, 2006), 68
- CAPORILLI, P. 86
- CAROCCI, 116
- CAROFILIO, G. 253, 254, 255
Ragionevoli dubbi (Sellerio, 2006), 254, 255
Testimone inconsapevole (Sellerio, 2002), 256
- CARPENTER, J. 25
- CARROLL, L. 75
Attraverso lo specchio, 75
- CARUSO, G. 107, 108, 111
Chi ha ucciso Silvio Berlusconi (Ponte alle Grazie, 2005), 108, 111
- CATALUCCIO, F. 241
- CATI (rete telefonica), 208
- CECCHINI, I. 156, 157, 159, 160
- CENSIS (Centro Studi Investimenti Sociali), 145, 208, 213, 219
Rapporto Censis/Ucsi sulla comunicazione (2006), 214
Sesto rapporto sulla comunicazione (2006), 208, 219
- CENTRO FUMETTO ANDREA PAZIENZA, 228, 230, 231
- CENTRO PER IL LIBRO E LA LETTURA, 234, 239
- CERVANTES, M. DE 258
Don Chisciotte della Mancia, 258
 «CESifo Working Paper», 144
- CHEVALIER, T. 254
La ragazza dall'orecchino di perla (Neri Pozza, 2001), 254
- CHIARELETTERE, 243
- CHIAROSCURO, 191
- Ciak si legge-Grinzane Cinema*, concorso, 195
- CICCIOLINA (pseud. di I. Staller), 63
- CINECITTÀ HOLDING, 204, 262
- CITTÀ APERTA, 67
 «Città futura» (La), Bonelli, 18
- Classici del fumetto» (I), «la Repubblica-Gruppo L'Espresso», 123, 124
- CLERICI, A. 245
Oggi cucini tu (con A. Moroni, Mondadori, 2004 e 2006), 245
- COCCINELLA, 247
- COCONINO PRESS, 125, 230, 231
- COELHO, P. 248, 263
La strega di Portobello (Bompiani, 2007), 248
- COEN, E. 67, 68
E l'Italia gira pagina con gli scrittori venuti dall'Africa (con F. Capitani, «Il Venerdì di Repubblica», 2005), 67
Pecore nere. Racconti (a c. di, con F. Capitani, Laterza, 2006), 68
- COFFERATI, S. 16
- COHEN, J. 100
Fin de vie en Europe. Le point sur les pratiques médicales (con J. Bielsen e P. Welby, «Population et Sociétés», 2007), 100
 «Collezione storica a colori», Bonelli, 16, 19
- COLOMBO, G. 243
- CONFINDUSTRIA, 64, 156

- CONGREGAZIONE PER LA DOTTRINA DELLA FEDE, 103
- CONNELLY, M. 246 255
Il poeta è tornato (Piemme, 2006), 255
La ragazza di polvere (Piemme, 2007), 255
- «Contaminazioni», Bollati Boringhieri, 241
- CONTE, P. 116
- «Contromano», Laterza, 244
- COOP, 162, 165
- COOP ADRIATICA, 163
- COOP CONSUMATORI NORDEST, 163
- COOP LIGURIA, 163
- CORBACCIO, 238
- CORNWELL, P. 255
A rischio (Mondadori, 2006), 255
- «Corriere dei piccoli», 38, 127
- «Corriere della Sera», 32, 80, 81, 227, 243
- COURMAYEUR NOIR IN FESTIVAL, 195
- COVACICH, M. 244
- CRAVEN, W. 25
- CREPAX, G. 32, 33, 34, 35, 36, 37, 61
La curva di Lesmo («Linus», 1965), 32
Valentina («Linus», 1965; «Corriere della Sera», 2007), 34
- CRICHTON, M. 255, 264
Next (Garzanti, 2007), 255
- CRISTAN, M. 70, 73
- CRISTICCHI, S. 117, 118
Centro di igiene mentale (Mondadori, 2007), 117
Ti regalerò una rosa (canzone), 117
- CUGINI DI CAMPAGNA, gruppo musicale, 117
- CULICCHIA, G. 243, 244
Un'estate al mare (Garzanti, 2007), 243
- Cult Book*, trasmissione televisiva, 196
- «Daily News», 152
- DALAI, C. 99
- DALAI, M. 240
- DATANNEWS, 105
- DC (Democrazia Cristiana), 47
- DE AGOSTINI, 67, 238
- DE CURTIS, A. vedi TOTÒ
- DE GIORGI, E. 178
- DE MARIA, G.
Le canzoni della cattiva coscienza. La musica leggera in Italia (con E. Jona, S. Liberovici e M.L. Straniero, Bompiani, 1964), 116
- DE MARTINO, E. 241
- DE MAS, P. 38
- DE SADE, D.A.F., marchese, 52
- DEAVER, J. 255
La bambola che dorme (Sonzogno, 2007), 255
La luna fredda (Sonzogno, 2006), 255
- DEBORD, G. 190, 191
La società dello spettacolo (1967; Prima edizione, 1971; Baldini Castoldi Dalai, 2001), 190
- DEL BUONO, O. 33
- DELICIOUS, 186, 187
- DELEUZE, G. 117
- DELIENS, L. 100
- DELLA VEDOVA, B. 158
- DEMOSKOPEA, 245, 254
- DESIATI, M. 107, 108, 111
Vita precaria e amore eterno (Mondadori, «Strade blu», 2006), 107, 108, 111
- DEZIO, F. 107, 108, 111
Nicola Rubino è entrato in fabbrica (Feltrinelli, 2004), 111
- «Diabolik», Astorina, 26, 27, 29, 31, 123, 228
- DOI (Digital Object Identifier), 158
- DONES, E. 70, 71, 72
Sole bruciato (Feltrinelli, 2001), 71

- Vergine giurata* (Feltrinelli, 2007), 71, 72
- «Donna Moderna», 2227
- DOTTOR MORTE vedi KERVOKIAN, J.
- «Dragon Ball», Bonelli, 123, 228
- DS (Democratici di Sinistra), 46
- DUCASSE, I.L., conte di Lautréaumont, 55
- DUMAS, A. 55
- I tre moschettieri*, 55
- DUTTO, G. 169
- «Dylan Dog Color Fest», Bonelli, 122
- «Dylan Dog», Bonelli, 21, 121, 229
- Ai confini del tempo* (novembre 1990), 21
- Ascensore per l'inferno* (luglio 2007), 21
- Cagliostro!* (marzo 1988), 21
- Golconda!* (febbraio 1990), 21
- Memorie dall'invisibile* (aprile 1988), 21
- Storia di nessuno* (aprile 1990), 21
- DYLAN, B. 116
- ECO, U. 20, 21, 56, 116, 181, 248, 254
- Il nome della rosa* (Bompiani, 1980), 20, 254
- Storia della bellezza* (Bompiani, 2004), 248
- Storia della bruttezza* (Bompiani, 2007), 248
- «Economica Laterza», 244
- «Economist» (The), 170
- EDICOLÈ, Mondadori, 213
- EDIZIONI BD, 125
- EDIZIONI DELL'ARCO, 67, 68
- EDIZIONI EKS&TRA, 68
- EDIZIONI IF, 121
- EDWARDS, K. 242
- La figlia del silenzio* (Garzanti Libri, 2007), 242
- EINAUDI, 107, 113, 125, 230, 238, 245
- EINSTEIN, A. 241
- ELECTA, 245
- «Elefanti», Garzanti, 243
- ELÈUTHERA, 101
- Enciclopedia Europea* (Garzanti, 1984-), 207
- ENGEL, P. 244
- ENI (Ente Nazionale Idrocarburi), 43
- ENOCH, L.
- Dragonero* (con S. Vietti, Bonelli, 2007), 122
- E/O, 70, 96, 97
- «Esperienze», Tea, 93
- «Espresso» (L'), 124
- EURA EDIZIONI, 121
- EUROBAROMETER, 147
- EUROBAROMETRO, 145
- EUROSTAT, 143, 208
- EXCEL, 205
- FABBRI, 247
- FAENZA, R. 98
- I giorni dell'abbandono* (film, 2005), 98
- FALCO, G. 107, 108, 111
- Pausa caffè* (Edizioni Sironi, 2004), 111
- FALCONES, I. 242, 255
- La cattedrale del mare* (Longanesi, 2007), 242, 243, 255
- FALETTI, G. 239, 240, 241, 253, 254, 256
- Fuori da un evidente destino* (Baldini Castoldi Dalai, 2006), 241, 254, 256
- Io uccido* (Baldini & Castoldi, 2002), 254
- FALLACI, O. 90, 91, 95, 254
- Niente e così sia* (Rizzoli, 1969), 95

- Un uomo* (Rizzoli, 1979), 254
 «Famiglia Cristiana», 40, 227
 FARA EDITORE, 68
 «Farsi un'idea», Il Mulino, 244
 FASTBOOK, 240
 FAZI, 195
 FAZIO, L. 243
 FEDERAZIONE DEGLI EDITORI E DEI LIBRAI EUROPEI, 200
 FEENER, J.M. vedi FORD, J.
 FELTRINELLI VILLAGE, librerie, 163, 212
 FELTRINELLI, librerie, 70, 71, 108, 161, 207, 238, 242, 266
 «Fernandel», 67
 FERRACUTI, A. 108, 109, 110
 Le risorse umane (Feltrinelli, 2006), 108, 109
 FERRANTE, E. 96, 97, 98, 99
 I giorni dell'abbandono (e/o, 2002), 98
 L'amore molesto (e/o, 1992), 97, 98
 La figlia oscura (e/o, 2007), 98
 La frantumaglia. In appendice Tessere 2003-2007 ad un amico (e/o, 2007), 99
 La spiaggia di notte (e/o, 2007), 99
 FERRARI, 56
 FERRARIO, T. 90, 94
 Il vento di Kabul. Cronache afgbane (Baldini Castoldi Dalai, 2006), 90, 94
 FESTIVALETTERRATURA DI MANTOVA, 189, 191, 192
 FIAT, 47
 FIELDING, H. 181
 FIERA DEL LIBRO DI TORINO, 169
 FIERA INTERNAZIONALE DEL LIBRO DI FRANCOFORTE, 234, 263
 FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana), 204, 262
 FIORONI, G. 137
 FLAMMARION, 247
 FLICKR, 184, 185
 FNAC, librerie, 195
 FONDAZIONE BELLISARIO LOMBAR-
 DIA, 94
 FORD, J. (pseud. di J.F. Feeney), 40
 «Forme», Garzanti, 243
 FORSYTH, F. 255
 L'afghano (Mondadori, 2006), 255
 FORTUNATO, M. 67
 Immigrato (con S. Methnami, Theoria, 1990; Bompiani, 2006), 67
 FORUM NAZIONALE DELLA LETTURA, 235
 FORZA ITALIA, 158
 FOUCALT, M. 117
 FRANCHINI, A. 86
 FRANCO PANINI RAGAZZI, 127, 128
 FRASSINELLI, 238
 FREUD, S. 241
 «Frigidaire», 21, 23, 49
 FROLLO, L. 63
 Casinò (1985-1987; Blue Press, 1990-1991; Hunter, 2008), 63
 FRUTTERO, C. 253, 255
 Donne informate sui fatti (Mondadori, 2006), 255
 «Fumetti di Repubblica» (I), 16
 «Fumetto International», mostra, 124
 FURINI, L. 243
 GABER, G. 58, 59
 GAFFEO, E. 223
 I ritorni economici della lettura (con A. Scorcu, Aie, 2006), 223
 GALASSIA GUTENBERG, 257
 GALLANT, M.
 Donne in viaggio. Voci femminili del Canada (con J. Kulyk Keefer e J. Urquhart, Le Lettere, 2008), 97

- GANDINI, G. 32, 123
- GANGBO, J.M. 70
Rometta e Giulio (Feltrinelli, 2001), 70
- GARZANTI, 67, 238, 242, 243
 «Garzantine», Garzanti, 207, 243
 «Gea», Bonelli, 122
- GEMS (Gruppo editoriale Mauri Spagnol), 236, 238, 239, 242
- GENTILE, G. 136
Geremia, 75
- GERMANO, E. 84
- GERSHWIN, G. 116
- GERSHWIN, I. 116
- GETTY IMAGES, 266
- GIBSON, M. 74
- GINSBERG, A. 115
 «Giornale della Libreria» (II), 159
 «Giornalino» (II), 38, 229
 «Giorno dei ragazzi» (II), 38
 «Giorno» (II), 43
- GIOVANNA D'ARCO, 85
- GIOVANNETTI, P. 139
- GIPI (pseud. di G. Pacinotti), 125, 231
Appunti per una storia di guerra (Coconino Press, 2006), 231
S (Coconino Press, 2006), 125
- GIRAUD, J. vedi MOEBIUS
- GIROTTI, M. vedi TERENCE HILL
- GIUNTI, 238
- GIUNTI AL PUNTO, librerie, 212
- GIUSSANI, A. 26, 27
- GIUSSANI, L. 26, 27
- GNISCI, A. 67
La letteratura italiana della migrazione (Lilith, 1998), 67
Nuovo planetario italiano. Geografia e antologia della letteratura della migrazione in Italia e in Europa (Città Aperta, 2006), 67
- GÖDEL, K. 241
- GOFFI, J.-Y. 103, 104
Pensare l'eutanasia (Einaudi, 2006), 103
- GOGGI, L. 117
- GONDRY, M. 187
- GOOGLE, 263
- GORDON, S. 25
 «Grand Hôtel», 62
 «Grande Diabolik» (II), Astorina, 26, 27
 «Grandi Libri Garzanti», 243
- GRILLO, B. 242
- GRISHAM, J. 255
- GRUBER, L. 90, 92, 94
America anno zero (Rizzoli, 2006), 93
Chador (Rizzoli, 2005; Bur, 2006), 93
Figlie dell'Islam (Rizzoli, 2007), 93
I miei giorni a Baghdad (Rizzoli, 2003; Bur, 2005), 90, 92
L'altro Islam (Rizzoli, 2004), 93, 94
- GUAITAMACCHI, D. 169
- GUANDA 125, 238, 243
 «Guardian» (The), 92
- GUARESCHI, G. 258
- GUATTARI, F. 117
- GUCCINI, F. 117
- Guerra e pace* (film tv), 82
- GUREVIC, 241
- HARLEQUIN, 265
 «Harmony», Mondadori, 207
- HARPERCOLLINS, 263, 264, 265
- HARRIS, T. 255
Hannibal Lecter. Le origini del male (Mondadori, 2007), 255
Harry Potter e il calice di fuoco (film), 154
Harry Potter e il principe Mezzosangue (film), 154
- HAZARD, 125, 230

- HENDRIX, J. 117
 HERZ, M. 25
 HIGHSMITH, P. 248
 HITLER, A. 83
 HOOPEr, T. 25
 HOSSEINI, K. 239, 246, 253, 254, 255
 Il cacciatore d'aquiloni (Piemme, 2006), 246, 253, 255
 Mille splendidi soli (Piemme, 2007), 246, 254, 255
 http://demo.istat.it, 208
 http://epp.eurostat.ec.europa.eu, 208
 http://opac.sbn.it, 227
 HUMANOÏDES ASSOCIÉS (LES), 22
 HUMPRHRY, D. 101
 Eutanasia: uscita di sicurezza (Elèuthera, 1993; 2007), 101
 Liberi di morire. Le ragioni dell'eutanasia (Elèuthera, 2007), 101
 IBS (Internet Bookshop Italia), 171, 172
 ICCU (Istituto Centrale per il Catalogo Unico), 226
 IL MULINO, 243, 244
 ILLICH, I. 241
 «Informatica e Diritto», 227
 INFORMAZIONI EDITORIALI, 167
 INRA-DEMOSKOPEA, 213
 INTERNET, 27, 80, 126, 159, 186, 194, 196, 197, 205, 207, 239, 249, 251, 260, 262, 265
 INTERNET BOOKSHOP, 171
 INTERNET CULTURALE, 227
 IPHONE, 153, 266
 IPSOS, 209
 La crescita diseguale. Leggere e comperare libri in Italia 2003-2005 (luglio 2005), 209
 IRIT, N. 81
 ISBN, 108, 158
 ISTAT (Istituto Nazionale di Statistica), 200, 201, 202, 203, 206, 208, 210, 211, 216, 217, 218, 219, 237, 238
 ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN-ARTI VISIVE (Milano), 195
 JACKSON, P. 25
 JACOVITTI, F.B. 38, 39, 40, 41, 42, 43
 Cocobilliput («Corriere dei piccoli», 1970), 42
 Il Cocco Bello, il Brutto e il Cattivo («Il Giorno dei ragazzi», 1967; Dami, 1974), 41
 Jacovittevolissimamente Cocco Bill (Nerbini, 1974; Edizioni Glenant, 1986), 42
 Pete lo sceriffo («Albi dell'Avventura», 1943), 39
 Scioscioscioni Cocco Bill! («Corriere dei piccoli», 1976), 41
 JENS, W. 105
 «Joffe Bill» (legge), 105, 106
 «John Doe», Eura, 121
 «Johnatan Steele», Edizioni IF, 121
 JONA, E.
 Le canzoni della cattiva coscienza. La musica leggera in Italia (con G. De Maria, S. Liberovici e M.L. Straniero, Bompiani, 1964), 116
 JUNG, K.G. 241
 KAPPA EDIZIONI, 125, 230
 KAUFMAN, P. 25
 KEATON, B. 38
 «Ken Parker», Bonelli, 121
 KERVOKIAN, J. (Dottor Morte), 101
 KHOUMA, P. 67
 Io, venditore di elefanti (Garzanti, 1990), 67
 KING, S. 255
 La storia di Lisey (Sperling & Kupfer, 2006), 255
 KLEIN, N. 241
 No Logo (Baldini Castoldi Dalai, 2007), 241
 KOVAC, M. 147

- Books: Reading and Book Usage in European Union* (con M. Kovac Sebart, «Publishing Research Quarterly», vol. 22, 2006), 147
- KOVAC SEBART, M. 147
Books: Reading and Book Usage in European Union (con M. Kovac, «Publishing Research Quarterly», vol. 22, 2006), 147
- KUBRICK, S.
Arancia meccanica (film, 1971), 55
- KULYK KEEFER, J.
Donne in viaggio. Voci femminili del Canada (con M. Gallant e J. Urquhart, Le Lettere, 2008), 97
- KÜNG, H. 105
La dignità della morte. Tesi sull'eutanasia (Datanews, 2007), 105
La dignità del morire. In difesa della libera scelta (Rizzoli, 1996), 106
- KUREISHI, H. 248
- KURUVILLA, G. 68
Pecore nere. Racconti (a c. di F. Capitani e E. Coen, con I. Mubiayi, I. Scego e L. Wadia, La-terza, 2006), 68
- LA ROCHEFOUCAULD, F. DE 47
- LA TARTARUGA, 97, 99
- LA VIA, S. 116, 117
Poesia per musica e musica per poesia (Carocci, 2006), 116
- «Lanciostory», 123
- LANGENSCHIEDT, 246
- LAST.FM, 186
- LATERZA, 68, 244
- «Lazarus Ledd», Star Comics, 12
- LE LETTERE, 97
- LEHANE, D. 246
- LEONARDO, 67
- LEONE, S. 41
- LEOPARDI, G. 139, 258
Poesie e prose, 258
- LEPETIT, L. 97, 99
- LESSING, D. 192
- LETTE, K.
Come uccidere il marito (e altri utili consigli domestici) (Baldini Castoldi Dalai, 2007), 241
- LEVI, R.F. 239
- LEWIS, C.S. 264
- LIBEROVICI, S.
Le canzoni della cattiva coscienza. La musica leggera in Italia (con G. De Maria, E. Jona e M.L. Straniero, Bompiani, 1964), 116
- LIBREKA.DE, 263
- LIBRERIE.COOP, 161, 163, 164, 165, 212, 240
- LIGABUE, L. 113, 114, 115
Happy hour (canzone), 114
Lettere d'amore nel frigo. 77 poesie (Einaudi, 2006), 114
- LINKEDIN, 186
- «Linus», 21, 23, 32, 33, 45, 123, 225, 228
- Lirici greci*, 258
- LITTIZZETTO, L. 245, 254, 257
Rivergination (Mondadori, 2006), 245, 254, 257
- «Live Search Books», Microsoft, 263
- LIZARD, 125
- LOACH, K. 242
Il vento che accarezza l'erba (film, 2006), 242
- LONGANESI, 93, 238, 243
- LUCA E CLAUDIA, 245
Notte prima degli esami (Mondadori, 2006), 245
- LUCHETTI, D. 84
Mio fratello è figlio unico (film), 84
- LULU, 184, 185
- LULU.COM, 266
- «Lupo Alberto», 229

- MACARIO, E. 39
Il fanciullo del West (film, 1943), 39
- MACDONALD, D. 190
Masscult and Midcult (1960; e/o, 1997 e 2002), 190
- MACHADO, A. 97
Autori che parlano di donne (con E. Triolet, Robin Edizioni, 2007), 97
- «Maestri del colore», Fabbri, 207
- MAFAI, M. 244
Diario italiano 1976-2006 (Laterza, 2006), 244
- MAGGIONI, M. 90, 92, 93
Dentro la guerra (Longanesi, 2005; Tea, 2007), 90, 93
La fine della verità. Iraq, guerra al terrore, scontro di civiltà: cronaca di una mistificazione (Longanesi, 2006), 94
- MAGNUS (pseud. di R. Raviola), 63
- MAGRIS, C. 80, 81, 82, 243
«Guerra e pace» in tv: odissea banale o vera epica? («Corriere della Sera», 19 giugno 2007), 82
- MAJORANA, E. 85
- MALAVASI, S. 171, 172
- «Male» (II), 21
- MANARA, M. 63, 64, 123
- MANCONI, L.
Il dolore e la politica. Accanimento terapeutico, testamento biologico, libertà di cura (con A. Boraschi, Bruno Mondadori, 2007), 102
- «manifesto» (il), 87, 94, 139
- MANNUCCI, A. 115
- MANZONI, A. 182
- MAREMAGNUM, 171
- MARIN, B. 170
- MARINO, I. 102
- MARSILIO, 108, 195, 247
- «Marsilio X», Marsilio, 195
- «Martin Mystère», Bonelli, 121
- MARTONE, M. 97
L'amore molesto (film, 1995), 97
- MARX, K. 46
- MASSARENTI, A. 105
- MATTEI, E. 43
- MATTEL, 122
- MATTIOLI, M. 22
- MAURI, S. 242, 243
- «Max», 227
- «Maxi Tex», Bonelli, 16
- MAZZANTINI, M. 254
Non ti muovere (Mondadori, 2003), 254
- MAZZARINO, S. 241
- MAZZETTI, L.
Quello che non si doveva dire (con E. Biagi, Rizzoli, 2006), 247
- MC CARTNEY, P. 116
- MCCAY, W. 34
Little Nemo in Slumberland («New York Herald», 1905-1911; Hearst, 1911-1913; Garzanti, 1969), 34
- «McSweeney's Quaterly Concern», 125
- «Memoria» (La), Sellerio, 174
- MENEGHELLO, L. 258
Libera nos a malo, 258
- MERCIER, M. 63
- MESSAGGERIE, 240
- «Métal Hurlant», 22
- METHNAMI, S. 67
Immigrato (con M. Fortunato, Theoria, 1990; Bompiani, 2006), 67
- MICHELETTI, A. 67
La promessa di Hamadi (con S. Moussa Ba, De Agostini, 1990), 67
- MICROSOFT, 263
- MILANI, L., don, 258
Lettera a una professoressa. Edi-

- zione speciale «*Quarant'anni dopo*» (Libreria Editrice Fiorentina, 2007), 258
- «Millelire» (di M. Baraghini), 207
- MILLER, L. 91
- MINIMUM FAX, 125
- «Mister No», Bonelli, 121
- MOCCIA, F. 83, 87, 88, 89, 242, 247, 254, 266
- Ho voglia di te* (Feltrinelli, 2006), 88
- Scusa ma ti chiamo amore* (Rizzoli, 2007), 88, 247, 254, 255
- Tre metri sopra il cielo* (Feltrinelli, 2005), 87
- «Mocciosi» (I), blogger, 266
- MOEBIUS (pseud. di J. GIRAUD), 22
- MONDADORI, 61, 62, 83, 84, 108, 117, 125, 157, 168, 178, 195, 209, 213, 223, 235, 236, 238, 245, 246
- Relazione semestrale al 30 giugno 2007*, 223
- MONDADORI/IPSOS, 235
- «Monster Allergy», Disney e Buena Vista Comics, 120, 227
- MONTRONI, R. 161, 162, 240
- Vendere l'anima. Il mestiere del libraio* (Laterza, 2006), 161, 162
- MORATTI, L. 135, 137, 138
- MORAVIA, A. 248
- MORETTI & VITALI, 115
- MORONI, A. 245
- Oggi cucini tu* (con A. Clerici, Mondadori, 2004 e 2006), 245
- MORRIS (pseud. di M. de Bévère), 39
- MORRISON, J. 115
- MOTTA, F. 158
- MOUSSA BA, S. 67
- La promessa di Hamadi* (con A. Micheletti, De Agostini, 1990), 67
- MUBIAYI, I. 68
- Pecore nere. Racconti* (a c. di F. Capitani e E. Coen, con G. Kuruvilla, I. Scego e L. Wadia, Laterza, 2006), 68
- MUCCINO, S. 247
- Parlami d'amore* (con C. Vangelista, Rizzoli, 2006), 247
- MURGIA, M. 108, 109
- Il mondo deve sapere* (Isbn, 2006), 108
- MUSSINELLI, C. 206
- MYSPACE, 194, 264
- «Nathan Never», Bonelli, 121
- NATIONAL GEOGRAPHIC, 248
- NERI POZZA, 61, 62
- «New England Journal of Medicine», 101
- «New York Times» (The), 125, 149
- NEWTON COMPTON, 246
- NICHOLSON, J. 117
- NIELSEN BOOK SCAN, 236
- NIETZSCHE, F. 52
- NIGRO, S.S.
- Leonardo Sciascia scrittore editore ovvero la felicità di far libri* (Sellerio, 2003), 175
- NOORDA, B. 242
- NOVA COOP PIEMONTE, 163
- NOVE, A. 107, 108, 109, 110
- Mi chiamo Roberta, ho 40 anni, guadagno 250 euro al mese...* (Einaudi «Stile Libero», 2006), 107, 110
- Woobinda. E altre storie senza lieto fine* (Castelvecchi, 1996; 2005), 107
- «Nuova Biblioteca Garzanti», 242
- «Nuova Narrativa Newton», Newton Compton, 246
- O'REALLY, T. 184
- ODIFREDDI, P. 243, 253, 257
- Perché non possiamo essere cristiani (e meno che mai cattolici)* (Longanesi, 2007), 257

- OECD (Organization for Economic Co-operation and Development), 143, 144
L'industria libraria: il mercato italiano a confronto con gli altri grandi mercati europei (Simmaco Management Consulting, 2007), 144
- OMERO, 258
Iliade, 258
- OMPI (Organizzazione Mondiale della Proprietà intellettuale), 159
- OPAC (On line Public Access Catalogue), 226, 228, 230
 «Opere di Oriana Fallaci», Rizzoli, 95
- ORAZIO QUINTO FLACCO, 258
Tutte le opere, 258
- ORENGO, N. 114
 «Orient Express», Bonelli/Dargaud, 121
 «Oriente», Feltrinelli, 242
- ORIGA, G. 62
Vietato ai minori. Vamp e Vampire: Jacula, Zora, Sukia e Yra (Rizzoli, 2007), 62
- ORWELL, G. 258
 1984, 258
- OSSERVATORIO DEL LIBRO E DELLA LETTURA, 239
- OSSERVATORIO PERMANENTE SUI CONTENUTI DIGITALI©, 204, 206, 222, 262
- OZ, A. 255
Non dire notte (Feltrinelli, 2007), 255
- OZZOLA, S. 96
- PABST, G.W. 34
- PACINOTTI, G.A. vedi GIPI
- PADOA-SCHIOPPA, T. 139
- PAGOT, N. (pseud. di N. Pagotto), 38
- PAGOT, T. (pseud. di A. Pagotto), 38
- PAGOTTO, A. vedi PAGOT, T.
- PAGOTTO, N. vedi PAGOT, N.
- PALAZZESCHI, A. 115
La fontana malata, 115
- PALLAVICINI, P. 67, 68
- PALMAVERDE, libreria, 165
- PANINI, 123
- PANINI COMICS, 32
- PANINI/MARVEL, 122
- PANSA, G. 253, 257
La grande bugia (Sperling & Kupfer, 2006), 257
- PAOLO, san, 103
Lettera ai Romani, 103
- PASOLINI, P.P. 81
- PAVONE, C. 241
- PAZIENZA, A. 22, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56
Cenerentola 1987 («Comic Art», 1987; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 51, 53
Cuore di mamma («Comic Art», 1986; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 52, 56
Giallo scolastico («Frigidaire», marzo 1981), 49, 52
La logica del fast-food («Frigidaire» 1988; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 56
La prima delle tre («Comic Art», 1988; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 52, 55
La proprietà transitiva dell'uguaglianza (in *L'arte di Andrea Pazienza*, Gruppo editoriale L'Espresso, 2004), 51
Notte di carnevale («Frigidaire», 1982; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 53, 56
Pacco («Comic Art», 1987; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 52
Verde matematico («Frigidaire», 1982; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 56

- Zanardi inesistente* («Comic Art», 1983; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 52, 53
Zanardi medievale («Comic Art», 1988; Gruppo editoriale L'Espresso, 2006), 52, 53, 56
- PCI (Partito Comunista Italiano), 46
 PDS (Partito Democratico della Sinistra), 46
- PELECANOS, G. 246
 PELUFFO, P. 239
 PENNA, S. 54
 «Pepe Rosa», Baldini Castoldi Dalai, 241
 «Peperini», Baldini Castoldi Dalai, 241
- PER I LIBRI-PICCOLI EDITORI RIUNITI, 170
- PERESSON, G. 201
 PESCE, M. 245, 254, 256
Inchiesta su Gesù. Chi era l'uomo che ha cambiato il mondo (con C. Augias, Mondadori, 2006), 245, 254, 256
- PICA, T. 43
 «Piccoli Saggi», Rizzoli, 247
- PICCOLO, F. 244
Italia spensierata (Laterza, 2007), 244
- PIEMME, 238, 239, 245, 246
 «Pilot», Bonelli/Dargaud, 22, 121
- PIOVENE, G. 241
Viaggio in Italia (Baldini Castoldi Dalai, 2007), 241
- P.I.S.A. (Programme for International Student Assessment), 143
International Adult Literacy and Life Skills Survey (Oecd, 2000), 143
- PIVETTA, O. 67
Io, venditore di elefanti (Garzanti, 1990), 67
 «PK new adventures», 120
- PLANETA/DE AGOSTINI, 122
 PLAYSTATION, 153
 POLLOCK, S. 242
Frank Gebry creatore di sogni (documentario, 2005), 242
 «Population et Sociétés», 100
- PORTOFRANCO, 68
- PRATESI, F.
Global 200. Terre senza confine (White Star, 2007), 248
- PRECISA RESEARCH, 207
Hábitos de lectura y compra del libros (2006), 207
- PRESIDI DEL LIBRO, 234
- PRESLEY, E. 115
- PRODI, R. 138
 «Protagonisti» (I), Bonelli, 121
 «Publishers Weekly», 125
 «Publishing Research Quarterly», 147
 «Pulp», 67
- PUNTO ZERO, 230
- RACCOLTO EDIZIONI, 67
- RACHELS, J. 104, 105
Quando la vita finisce. La sostenibilità morale dell'eutanasia (Sonda, 2007), 104
- RADICALI PER LE LIBERTÀ, 158
- RADIO ALICE, 117
- RAFFAELLI, L. 19
- RAI, 38, 51, 128
- RAI EDUCATIONAL, 196
- RAIMONDI, E. 244
- RAINBOW, 122
- RANUCCI, R. vedi RASCEL, R.
- RANDOM HOUSE, 263
- RASCEL, R. (pseud. di R. Ranucci), 39
Il bandolero stanco (film, 1952), 39
- RASPUTIN!, libreria, 125
- RATZINGER, J. 247, 256

- Gesù di Nazaret* (Rizzoli, 2007), 256
- RAVASI, G. 82
- RAVIOLA, R. vedi MAGNUS
- RAWLS, J. 105
Per una teoria della giustizia (1971; Feltrinelli, 1982), 105
- RCS, 236, 238, 246
- RCS LIBRI, 247
- REBUFFI, G. 39
Fox lo sceriffo (Edizioni Alpe, 1949; Pavesio, 1997), 39
- RED WHALE, 120
- REICHS, K. 255
Skeleton (Rizzoli, 2007), 255
- «Repubblica» (la), 115, 123, 227
- «Repubblica-L'Espresso» (la), gruppo, 16
- RETE4, 195
- RIGONI STERN, M. 258
Il sergente nella neve, 258
- «Rivisteria» (La), 170
- RIZZO, S. 247, 254
La casta. Così i politici italiani sono diventati intoccabili (con G.A. Stella, Rizzoli, 2007), 247, 254, 257
- RIZZOLI, 61, 62, 92, 105, 125, 231, 238, 247
- ROBIN EDIZIONI, 97
- «Romanzo a fumetti», Bonelli, 122
- ROMERO, G.A. 25
- RONQ, J.
Il totem del lupo (Mondadori, 2006), 195
- RORTY, R. 244
- Rose del Belgio* (e/o, 2005), 96, 97
- ROSSI, S. 62
Maledette, vi amerò. Le grandi eroine del fumetto erotico italiano (Neri Pozza, 2007), 62
- ROVERSI, R. 165
- ROWLING, J.K. 150, 152, 181
Harry Potter and the deathly hallows (trad. it. *Harry Potter e i doni della morte*), 150
Harry Potter e il calice di fuoco, 150
Harry Potter e il prigioniero di Azkaban, 150
Harry Potter e il principe Mezzosangue, 150
Harry Potter e l'ordine della fenice, 150, 152
Harry Potter e la camera dei segreti, 150
Harry Potter e la pietra filosofale, 150
- RUIZ ZAFÓN, C. 254, 255
L'ombra del vento (Mondadori, 2004), 254, 255
- RUTELLI, F. 239
- SACCO, J. 125
Palestina (Mondadori, 2002), 125
- SAINT-EXUPÉRY, A. DE, 258
Il piccolo principe, 258
- SALANI, 238
- SALVAGNO, L. 38
- SARKOZY, N. 138
- SARTORI, G. 244
Mala costituzione e altri danni (Laterza, 2006), 244
- SATRAPI, M. 230
Persepolis (Sperling & Kupfer, 2003; Lizard, 2007), 230
- SAVIANO, R. 90, 245, 253, 257
Gomorra. Viaggio nell'impero economico e nel sogno di dominio della camorra (Mondadori, 2006), 245, 253
- SBN (Sistema Bibliotecario Nazionale), 227, 228, 229, 230, 231
- «Scala» (La), Rizzoli, 247
- SCAMARCIO, R. 84
- SCEGO, I. 68
Pecore nere. Racconti (a c. di F.

- Capitani e E. Coen, con G. Kuruvilla, I. Mubiayi e L. Wadia, Laterza, 2006), 68
- SCHACHTER, J. 186
- SCHIAMONE, M. 62
Alta infedeltà. Il meglio dell'eros italiano a fumetti (con D. Cajelli, Mondadori, «Oscar bestseller», 2007), 62
- SCHOLASTIC BOOKS, 149, 150, 151, 154
- SCIASCIA, L. 173, 174, 175, 258
Il giorno della civetta, 258
- SCLAVI, T. 20, 21, 22, 23, 24, 25
- SCORCU, A. 223
I ritorni economici della lettura (con E. Gaffeo, Aie, 2006), 223
- SCOZZARI, F. 22
 «Scuola di fumetto», 228
- SCUOLA PER I LIBRAI DI ORVIETO, 239, 240
- SCUOLA UMBERTO ED ELISABETTA MAURI, 240
- «Search Inside The Book», Amazon, 263
- SEGAR, E.C. 41
- SELLERIO, 174, 175, 238, 239
- SELLERIO, E. 174
- SEN, A.K. 244
Identità e violenza (Laterza, 2006), 244
- «Serie Bianca», Feltrinelli, 94
- SERMONTI, V. 191
- «7 in condotta», blog, 258
- SEVERGNINI, B. 247
- SGARBI, E. 248
- SGRENA, G. 90, 93, 94
Fuoco amico (Feltrinelli, 2005), 90
- SIMENON, G. 180
- SIMMACO MANAGEMENT CONSULTING, 144
- SIMONE, P. 115
- SINIBALDI, M. 167
- SINNOS EDITORE, 68
- «Skorpio», 123
- SLIDESHARE, 186
- «Sole 24 Ore» (II), 64, 82, 124
- «Sole 24 Ore-Domenica» (II), 105
- SONDA, 104
- SONZOGNO, 238, 247
- SPERLING & KUPFER, 125, 238, 245
- SPIEGELMAN, A. 125, 230
Maus (Einaudi, 2001), 125, 230
- SPINAZZOLA, V.
Tirature, 87, 204
Tirature '08 (Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori-il Saggiatore, 2008), 206, 207
- STAINO, S. 45, 58, 59, 60
- STALLER, I. vedi CICCiolina
- STAR COMICS, 121, 123
- STEINER, G. 243
- STELLA, G.A. 90, 247, 253, 254
La casta. Così i politici sono diventati intoccabili (con S. Rizzo, Rizzoli, 2007), 247, 254, 257
- STEVENSON, R.L. 258
La freccia nera, 258
- STOCK LIBRI, 169
- «Storia del West», Bonelli, 121
- «Strade blu», Mondadori, 245
- STRAFFI, I. 122
- STRANIERO, M.L.
Le canzoni della cattiva coscienza. La musica leggera in Italia (con G. De Maria, E. Jona e S. Liberovici, Bompiani, 1964), 116
- SVEVO, I. 258
La coscienza di Zeno, 258
- TADDEO, R. 67
Letteratura nascente. Letteratura italiana della migrazione. Autori e poetiche (Raccolto Edizioni, 2006), 67
- TAMARO, S. 247, 254
Ascolta la mia voce (Rizzoli, 2006), 247

- Va' dove ti porta il cuore* (Bal-
dini&Castoldi, 1994), 254
- TAMBURINI, S. 22
- TEA, 93, 238
- TERENCE HILL, 39
- TERZANI, T. 242
La fine è il mio inizio (Longanesi,
2006), 242
- «Tex», Bonelli, 120, 124, 228, 229
- Tg1, 90, 95
- THEORIA, 67
- «Tic», Bonelli/Dargaud, 121
- TODOROV, T. 243
- TOGNAZZI, U. 39
- TOLSTOJ, L. 82
Guerra e pace, 82
- TOMASI DI LAMPEDUSA, G. 258
Il Gattopardo, 258
- TONDELLI, P.V. 57
- «Topolino», 119, 120, 225, 227, 229
- TORIYAMA, A. 123
- TOSATO, N. 169
- TOTÒ (pseud. di A. de Curtis), 42
- TRAVAGLIO, M. 90, 257
*La scomparsa dei fatti. Si prega di
abolire le notizie per non disturbare
le opinioni* (il Saggiatore, 2006), 257
- TRAVI, I. 113, 115
La corsa dei fuochi (Moretti &
Vitali, 2006), 115
- TRIDIMENSIONAL, 122
- TRIOLET, E. 97
Autori che parlano di donne (con
A. Machado, Robin Edizioni,
2007), 97
- TROMA ENTERTAINMENT, 25
- TROPPER, J. 243
Dopo di lei (Garzanti, 2007), 243
- TURCHETTA, M. 245, 246
- TUROW, S. 255
Prova d'appello (Mondadori,
2007), 255
- «Tuttolibri», 254
- «Tv Junior», 38
- UBIK, librerie, 240
- UCSI (Unione Cattolica Stampa Ita-
liana), 214
- UNGARETTI, G. 115
L'Allegria, 115
Sentimento del tempo, 115
- UNICOOP TIRRENO, 163
- «Universale Bollati Boringhieri»,
241
- «Universale Economica Feltrinelli»,
242
- «Universale Paperbacks», Il Mu-
lino, 244
- UNIVIDEO, 204, 262
- «Uno» (L'), 45
- «Uomo Ragno» (L'), Bonelli, 228
- «Uomo un'avventura» (Un), Bo-
nelli, 121
- URQUHART, J.
*Donne in viaggio. Voci femminili
del Canada* (con M. Gallant e J.
Kulyk Keefer, Le Lettere, 2008), 97
- «URRÀ», Apogeo, 242
- VAN DER PLOEG, F. 144
The economics of books (con J.C.
van Ours e M.F.M. Canoy, «CESi-
fo Working Paper», 2005), 144
- VAN OURS, J.C. 144
The economics of books (con F. van
der Ploeg e M.F.M. Canoy, «CESi-
fo Working Paper», 2005), 144
- VANGELISTA, C. 247
Parlami d'amore (con S. Muccino,
Rizzoli, 2006), 247
- «Vanity Fair», 227
- VARTAN, S. 63
- VATICANO, 105
- VELTRONI, W. 247
La scoperta dell'alba (Rizzoli,
2006), 247

- «Venerdì di Repubblica» (II), 67, 68, 114
- VENTADORN, B. DE 116
- VERGA, G. 139
- VERONESI, S. 248
Caos calmo (Bompiani, 2005), 248
- VIETTI, S.
Dragonero (con L. Enoch, Bonelli, 2007), 122
- VILLA, C. 17
- VITALI, 242
- «Vite narrate», Feltrinelli, 242
- «Vittorioso» (II), 39
- «Voci», Il Mulino, 244
- VOLO, F. 245
- VOLPONI, P. 111
- «Volto Nascosto», Bonelli, 122
- VONNEGUT, K. 258
Mattatoio n. 5, 258
- VORPSI, O. 72
Il paese dove non si muore mai (Einaudi, 2005), 72
La mano che non morde (Einaudi, 2007), 72
- WADIA, L. 68, 70
Amiche per la pelle (e/o, 2007), 70
Pecore nere. Racconti (a c. di F. Capitani e E. Coen, con G. Kuruvilla, I. Mubiayi e S. Scego, Laterza, 2006), 68
- WALT DISNEY COMPANY EUROPA, 122
- WALT DISNEY COMPANY ITALIA, 60, 120, 122, 123
- WALT MART, 153
- WEB 2.0, 184, 186, 188, 205, 260, 261, 262, 264
- WEINRICH, H. 244
- WELBY, P. 100, 106
Fin de vie en Europe. Le point sur les pratiques médicales (con J. Bielsen e J. Cohen, «Population et Sociétés», 2007), 100
- WHITE STAR, 248
- WHITE STAR ADVENTURES, 248
- WHITE STAR PUBLISHERS, 248
- WHITE STAR VERLAG, 248
- WIKIPEDIA, 184, 185, 265
- «Winx», Rainbow, 225, 227
- «Winx Club», Rainbow, 122
- «Wired», 170
- «Witch», Rainbow, 120, 122, 225, 227
- WWF (World Wide Fund for Nature), 248
- www.anobii.it, 266
- www.bibsonomy.org, 266
- www.blog.it, 185
- www.flickr.com, 185
- www.giornaledellalibreria.it, 159
- www.harpercollins.com, 264, 265
- www.internetculturale.it, 227
- www.istat.it, 201
- www.istat.it/salastampa/comunicati, 205
- www.last.fm, 186
- www.linkedin.com, 186
- www.lulu.com, 185
- www.mugglenet.com, 152
- www.primaonline.it, 120
- www.slide-share.net, 186
- www.the-leaky-cauldron.org, 152
- www.wikipedia.org, 185
- www.youtube.com, 185
- YAHOO!, 186
- YOUTUBE, 184, 185, 194
- «Zagor», Bonelli, 121
- ZANINONI, P. 247
- ZANKER, P. 241
- ZANUTTINI, P. 114
- ZARMANDILI, B. 70, 71
L'estate è crudele (Feltrinelli, 2007), 71
La grande casa di Monirrieb (Feltrinelli, 2004), 70, 71
- ZERBINI, M. 171
- ZINGARETTI, L. 84

Ristampa

0 1 2 3 4 5

Anno

2008 2009 2010 2011

Finito di stampare nel gennaio 2008
presso Arti Grafiche del Liri, Isola del Liri (FR)