





# Tirature

'15

Gli intellettuali che fanno opinione

A CURA DI VITTORIO SPINAZZOLA

ilSaggiatore

Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori

[www.ilsaggiatore.com](http://www.ilsaggiatore.com)

[www.fondazionemondadori.it](http://www.fondazionemondadori.it)  
[info@fondazionemondadori.it](mailto:info@fondazionemondadori.it)

All'interno del progetto "Copy in Milan"  
sostenuto da Fondazione Cariplo

© il Saggiatore s.p.a / Fondazione Arnoldo  
e Alberto Mondadori, Milano 2015

# SOMMARIO

## GLI INTELLETTUALI CHE FANNO OPINIONE

---

Apologia degli scrittori giornalisti <i>di Vittorio Spinazzola</i>	11
Lo sdraiato e l'intellettuale in crisi <i>di Elisa Gambaro</i>	15
Piccolo o della sindrome di Homer Simpson <i>di Luca Daino</i>	21
Di professione conduttore <i>di Federico Bona</i>	31
La ginestra di Magris <i>di Giuseppe Sergio</i>	37
Vitti nu Crozza <i>di Gianni Turchetta</i>	44
I "bei donnini" della Littizzetto <i>di Luca Gallarini</i>	52
La Giovane Marmotta Severgnini <i>di Giuliano Cenati</i>	58
È la satira, bellezza! <i>di Ilaria Barbisan</i>	64

## GLI AUTORI

---

### Alte Tirature

Ermafroditi, supereroi, picari mancati <i>di Paolo Giovannetti</i>	73
Lisario, il piacere della sbrigiatezza <i>di Giovanna Rosa</i>	80
Il sonnambulismo wuminghiano <i>di Mario Barengbi</i>	84
Vitali, magro e saporito <i>di Mauro Novelli</i>	89
Giordano, le anomalie della vita vera <i>di Maria Serena Palieri</i>	94
Cucchi e le avventure dell'io talpa <i>di Stefano Ghidinelli</i>	99
La poesia a fumetti di Gipi <i>di Luca Raffaelli</i>	106
Canzonifichiamoci! <i>di Umberto Fiori</i>	109
L'altra faccia del reality <i>di Tina Porcelli</i>	115
Malanni di <i>Braccialetti rossi</i> <i>di Sofia Petruzzi</i>	120
Derive della scrittura <i>di Paolo Costa</i>	128

## GLI EDITORI

---

### **Cronache editoriali**

Un mondo di antipatie <i>di Paola Dubini</i>	137
Il buon libraio. Intervista a Romano Montroni <i>di Luca Maccarelli</i>	142
Seri e impegnati fino alla futilità <i>di Dario Moretti</i>	148
Bei libri e buoni cibi <i>di Alessandro Terreni</i>	155
Il volto oscuro della Rete <i>di Sylvie Coyaud</i>	161
Promuoversi da sé... con la collaborazione della comunità <i>di Laura Cerutti</i>	168
I veri numeri della regina della Rete <i>di Walter Galbiati</i>	182
L'editoria italiana oltreconfine <i>di Andreina Speciale</i>	187

### **I LETTORI**

---

La correttezza del testo trasmesso in e-book <i>di Alberto Cadioli</i>	195
E se la soluzione fosse nel diritto d'autore? <i>di Piero Attanasio</i>	200

## MONDO LIBRO 2014

---

### **Calendario editoriale** 211

Un'intricata foresta  
*di Roberta Cesana*

### **Diario multimediale**

La leadership di Amazon 223  
*di Cristina Mussinelli*

### **Mappe transnazionali**

Emozioni in blu / Caffè Helsinki:  
la Finlandia a Milano 229  
*di Sara Sullam*

### **Taccuino bibliotecario**

Una legge per far leggere 236  
*di Stefano Parise*

Indice dei nomi e dei titoli 245

# GLI INTELLETTUALI CHE FANNO OPINIONE

---

Apologia degli scrittori giornalisti  
*di Vittorio Spinazzola*

Lo sdraiato e l'intellettuale in crisi  
*di Elisa Gambaro*

Piccolo o della sindrome di Homer  
Simpson  
*di Luca Daino*

Di professione conduttore  
*di Federico Bona*

La ginestra di Magris  
*di Giuseppe Sergio*

Vitti nu Crozza  
*di Gianni Turchetta*

I "bei donnini" della Littizzetto  
*di Luca Gallarini*

La Giovane Marmotta Severgnini  
*di Giuliano Cenati*

È la satira, bellezza!  
*di Ilaria Barbisan*



# Apologia degli scrittori giornalisti

di Vittorio Spinazzola

*L'inizio del secolo ha visto prevalere un'idea di letterarietà più moderna: non più una rigida contrapposizione tra produzione "di massa" e Vera Letteratura; bensì un sistema in cui è il principio di leggibilità a regolare lo scambio tra autore e lettore. Non esistono successi immotivati; solamente, scrittori in grado di entrare in sintonia con un pubblico più o meno vasto. Negli ultimi tempi hanno riscosso un particolare favore alcuni scrittori-giornalisti che lavorano per la stampa e la televisione; figure capaci di intercettare, attraverso uno stile chiaro e affabile, un'opinione pubblica composita. È anche grazie a loro la recente affermazione di libri a metà tra cronaca autobiografica e riflessione memorialistica.*

**L**etterariamente, il passaggio dal XX secolo al XXI ha segnato una svolta grandiosa: un cambio di rotta, con il prevalere di una idea molto più moderna di letterarietà. Teniamo conto che il Novecento è stato un secolo contristato e difficile. Si è accentuata al massimo la contrapposizione tra alto e basso, creazione artistica di qualità e merce di infimo consumo, da una parte le opere destinate alla lettura delle persone colte preparate esigenti e dall'altro lato i testi concepiti per l'intrattenimento banale dei ceti di scarsa e fragile acculturazione, da poco fuorusciti dall'analfabetismo. Una sorta di barriera psicosociale separava la Vera Letteratura dalla Falsa, ossia la Non Letteratura. Nessuna mediazione era ritenuta possibile. La produzione definita spregiativamente "di massa" era da considerare inesistente, e come tale non sottoponibile ad alcuna attenzione critica, nemmeno per deplorarne la volgarità.

D'altro canto l'artisticità del testo sembrava dover essere garantita dalla sua difficoltà di linguaggio: era inteso che i destinatari appartenessero alle élite dotate di una formazione scolastica qualificata. Però un elemento di novità modernistica, rispetto alla tradizione dell'umanesimo linguistico-letterario, era stato costituito dalla clamorosa invenzione dell'avanguardismo: che implicava

il rigetto totale dei modelli catalogati e consacrati, con un misconoscimento assiologico del canone classicistico dell'imitazione. Ma la ricerca della novità senza precedenti, dell'originalità priva di termini di confronto, non poteva non portare ai limiti dell'impronunciabilità e perciò stesso ovviamente della incomunicabilità. Così lo sperimentalismo avanguardistico si risolveva in una sorta di culto iniziatico dell'egotismo aristocraticistico.

Una situazione simile non poteva durare. In effetti, l'epoca duemillesca ha capovolto le carte in tavola, perché ha accettato il principio funzionale della leggibilità. Le opere scritte sono fatte per essere lette: se si riconosce questo presupposto di realistica nel rapporto interpersonale catalizzato dall'oggetto testuale, tutta la dimensione della letterarietà esige di essere ripensata. Se scrittore e lettore sono i due terminali di uno scambio di interessi soggettivi, allora è essenziale riconoscerne le motivazioni. E particolarmente utile appare il richiamo dell'attenzione sugli autori che hanno dimostrato la maggior sagacia nel catturare il consenso ammirativo di una cerchia riconoscibile di destinatari. Dove si manifesta un più largo plauso di pubblico, lì c'è qualcosa che val la pena di analizzare, capire, spiegare.

Si sa che il successo è sempre stato una bestia nera per i cosiddetti detentori del gusto, ossia i ceti o caste che godono di una fiducia speciale nella selezione e valorizzazione dei testi in commercio; lo scrittore che non abbia sostenitori di prestigio è perciò stesso considerato di serie B, per quanto numerosi siano i suoi estimatori, che non contano. Qui però interviene la questione editoriale, che porta in primo piano i bilanci dell'imprenditoria libraria. Se si ammette che abbia un motivo di interesse, non solo economico ma psicosociale, culturale, educativo la numerosità delle prove di apprezzamento godute da un testo, sia di alto sia di scarso valore estetico, con ciò stesso si dà un riconoscimento di merito all'azienda che lo ha reso disponibile al pubblico. Entra allora in campo quella discussa novità tardonovecentesca che sono le classifiche del venduto.

Come si sa, l'editoria è una attività di mediazione, dedita a trasformare un prodotto dell'ingegno mentale in una merce da immettere nel circuito distributivo, con un suo prezzo di copertina.

E quando si ragiona in questi termini monetaristici non si fa una operazione anticulturale: semplicemente, si accerta quale conformazione abbia l'immaginario della popolazione alfabetizzata, e quali siano gli orientamenti dei quali tenere conto utilmente, per rafforzarli o modificarli. Naturalmente ogni scrittore va, deve andare dove la sua disposizione d'animo lo porta: si scrive per i pochi o per i molti, per gli esigenti o per gli accomodanti, per gli innovatori o per i tradizionalisti. In una struttura culturale pienamente matura non hanno senso gli esclusivismi: c'è posto per tutti.

Nella lotta permanente per la concorrenza sul mercato librario, per vincere occorre essere in sintonia con qualcuna delle domande provenienti dalle tendenze molteplici di una collettività ricettiva sempre pluralistica e instabile. Beninteso, non è affatto detto che vincano sempre i migliori, tutt'altro, ma l'importante è rendersi conto che non esistono mai vittorie immotivate. Una cosa resta comunque certa: oggi come oggi, un rispetto particolare va riservato a coloro che si adoperano in favore di un incremento dei valori extraletterari più consentanei a un incrocio di liberalesimo e democrazia; assieme, un privilegio di simpatia spetta a quanti ricorrono a una scrittura di mediazione fra nitidezza affabile e cordialità disinvolta.

Qui siamo infine all'aspetto più significativo di questo volume tiraturesco: il richiamo dell'attenzione su quella categoria di scrittori-giornalisti che lavorano per la grande stampa ma soprattutto per i mezzi audiovisivi, orientandone l'uso per una formazione dell'opinione pubblica apprezzabilmente ragionata. Il piccolo schermo consente di attingere una area di utenza largamente composta sino ai limiti della gente dei blog. Si potrà dire che non c'era bisogno di celebrarli, questi personaggi autoriali, certamente non privi di furberia. Ma nella nostra Italia alle prese con il culto delle personalità più feticistiche e fanfaronesche, è importante che ci sia chi si fa valere solo per la inclinazione a mediare la spregiudicatezza spavalda con un certo gruzzolo di buonsensismo.

Significativamente, il fenomeno forse più caratteristico di questi anni recentissimi è una sorta di miscela fra autobiografismo cronistico e memorialismo riflessivo, utili entrambi a oltrepassare i fervori ideologici d'altri tempi senza negarne il pathos di

autenticità: come se si trattasse degli sforzi di una conciliazione tra ripensamenti contristati e sconfessioni corrucciate se non polemiche. Infine, il tempo duemillesco, che pure è tempo di grandi e piccole guerre o guerricciole o guerriglie di ogni genere, non sembra in grado di aprirsi a speranze prospettiche di rivolgimenti positivi: dopo il 1989, gli utopismi più o meno volenterosi hanno perso credibilità. E allora, meglio rifarsi al vecchio ben noto genere dei racconti sui conflitti tra le generazioni, che consentono almeno di tenere vivo il senso della perennità di una evoluzione antropologica che è pur sempre il contrario dell'immobilismo e della involuzione passatista.

# Lo sdraiato e l'intellettuale in crisi

di Elisa Gambaro

*Michele Serra torna alla narrazione romanzesca e affronta la crisi della figura paterna nell'era del digitale. Il racconto delle difficoltà quotidiane nel rapporto padre-figlio non si limita però al frusto intreccio di scene domestiche e ribellioni adolescenziali; l'incomunicabilità tra i due sembra andare molto oltre le semplici dinamiche intergenerazionali. Per descriverla, Serra alterna dettagli comico-grotteschi e riflessioni paterne; crucci e affondi ironici. Una voce ingombrante, quella del narratore, che lascia il dubbio che il libro, più che il mancato dialogo con il figlio, voglia indagare l'inquieta interiorità del padre.*

**V**oce influente dell'opinione pubblica progressista da almeno cinque lustri, Michele Serra ha fin da subito affiancato alla presenza giornalistica, alla satira politica e poi al lavoro di autore televisivo un'attività di scrittura di indole più marcatamente letteraria: si ricordano a proposito alcune incursioni negli ambiti della versificazione ludica, con intenti di satira civile (*Poetastro*, 1993; *Canzoni politiche*, 2000) e due raccolte di racconti (*Il nuovo che avanza*, 1989; *Cerimonie*, 2002), tutti editi da Feltrinelli. A lambire la forma romanzesca, a sedici anni dalla prova di *Ragazzo mucca* (1997) Serra è tornato l'anno scorso con *Gli sdraiati*, sempre per Feltrinelli. A un anno dall'uscita l'opera ha venduto 320.000 copie, mentre tredici sono state le ristampe. Il sostanzioso gradimento dei lettori si è accompagnato all'interesse degli opinionisti e della colleganza giornalistica, che hanno gratificato il volume di attenzione sia sulla stampa periodica sia sul web.

Il tema, di per sé, si presenta intrigante e innegabilmente attuale: Serra si interroga sulla crisi dell'autorevolezza paterna, raccontando la distanza tra un padre e il figlio tardoadolescenziale all'epoca della rivoluzione digitale e dell'egemonia culturale postideologica. Da questo presupposto, saggistico in senso lato, scaturisce l'esilità narrativa dell'intreccio e la fisionomia compo-

sita dell'opera; merito dell'autore è aver saputo sfruttare questi aspetti a fini comunicativi, per rafforzare l'intonazione accattivante e la scorrevolezza della lettura.

Una prima felice invenzione riguarda la postura della voce narrante: a parlare è un padre, che presenta tratti fisiognomici sovrapponibili a quelli dell'autore reale Michele Serra, e che si rivolge direttamente a un *tu* filiale. La pagina è orchestrata così all'insegna di un'attitudine dialogica che poi il racconto stesso si incaricherà, come vedremo, di negare. Le parole su cui il libro si apre non potrebbero essere più rivelatrici a proposito: «Ma dove cazzo sei? Ti ho telefonato almeno quattro volte, ma non rispondi mai».

L'impianto complessivo della narrazione sembra parimenti deputato a facilitare il contatto con il lettore. *Gli sdraiati* è un testo breve, che non supera il centinaio di pagine, prestandosi a un consumo veloce; a snellire ulteriormente i processi di lettura provvede poi una struttura franta, scompartita in quattordici brevi capitoli numerati.

All'interno di questa compagine, si possono individuare tre livelli costruttivi, tra loro distinti: un primo livello, il più corposo, mette al centro il rapporto tra padre e figlio alla luce di una serie di episodi quotidiani e delle riflessioni che essi suscitano nell'io narrante. Veniamo così informati delle abitudini del ragazzo, dei suoi orari sballati, della sua patologica incuria per l'igiene e l'ordine dell'ambiente domestico, dei suoi amici, dell'abbigliamento, ma soprattutto e specialmente dei commenti e delle meditazioni paterne a riguardo.

Il secondo livello, che si intreccia al primo, è quasi un racconto nel racconto, ma assai meno riuscito e quasi posticcio: il narratore vagheggia di scrivere un poderoso romanzo epico-fantascientifico, in realtà umoristico-grottesco, intitolato *La Grande Guerra Finale*, incentrato su un futuro, sanguinoso conflitto tra Giovani e Vecchi, e ce ne offre qualche stralcio. Infine, il discorso è ulteriormente inframmezzato da inserti brevissimi, non numerati, dove il padre-narratore supplica il figlio di accompagnarlo alla scalata del Colle della Nasca, una passeggiata che egli usava compiere in gioventù. I reiterati inviti alla gita diventano così un tor-

mentone comico, in un crescendo paradossale tutto giocato sulla sproporzione tra l'ordinarietà della faccenda in questione e i toni vieppiù accorati e iperbolici della preghiera: «Se non vieni con me al Colle della Nasca, sento che potrei morire di crepacuore».

La costruzione del discorso per segmenti eterogenei e il suo andamento episodico danno luogo a una modalità di scrittura vicina alla vena dell'autore: assai più a suo agio con la misura breve, di matrice giornalistica, e con le arguzie aforistiche della pratica satirica, rispetto alle volute aperte di una narrazione di vasto respiro.

D'altra parte, la studiata frammentazione del discorso risponde a evidenti ragioni di calibratura espressiva. L'autentica e costante cifra formale di *Gli sdraiati* è infatti l'iperbole, ed è noto che il suo uso protratto non tollera un discorso ampiamente articolato, pena la perdita di efficacia.

Volutamente iperbolica, o meglio apocalittica, è infatti la tesi su cui si regge l'intero libro.

Secondo Serra, la ferrea incomunicabilità quotidianamente sperimentata tra l'io narrante e il suo adorato figlio maschio esula dai fisiologici conflitti intergenerazionali e dalle ordinarie dinamiche psicosociali in seno all'istituzione familiare borghese. Chi legge, sembra suggerirci l'autore, non si aspetti dunque la solita, trita vicenda di scenate domestiche e ribellioni adolescenziali. Anche perché il ragazzo in questione non è affatto un ribelle, né – a quanto siamo edotti noi lettori – manifesta nei confronti della figura paterna qualcosa di più di una sovrana indifferenza. È appunto uno sdraiato, tendenzialmente abulico e incurante delle minime regole di convivenza domestica, ermeticamente chiuso in una bolla inaccessibile, fatta di linguaggi, riti, pratiche del tutto incomprensibili e misteriosi agli occhi del suo scandalizzato e lamentoso genitore. La distanza tra padre e figlio è tanto assoluta da indurre addirittura il narratore a ipotizzare un «cambiamento dell'assetto neuronale» e «una separazione definitiva tra il passato e il futuro degli esseri umani».

Come raccontare allora la frustrante incapacità di stabilire qualsivoglia contatto pratico o emotivo, se la minima quotidianità familiare è vissuta come qualcosa di mostruosamente inedito,

sconvolgente e “mutageno”, sia rispetto al movimento storico, sia rispetto all’esperienza umana di chi racconta? Ecco allora l’autore sfruttare la nota verve comica e grottesca nel tratteggiare situazioni ai limiti dell’inverosimiglianza, fitte di dettagli sì realistici, ma tanto caricaturalmente accentuati da muoverci al riso: «Calzini sporchi ovunque, a migliaia. A milioni. Appallottolati, in virtù del peso modesto e dell’ingombro limitato, non tutti per terra. Alcuni anche su ripiani e mensole, come palloncini che un gas misterioso ha fatto librare in ogni angolo di casa».

Si tratta di una tecnica per molti aspetti simile a quella già abbondantemente sperimentata da Serra in *Breviario comico* (2006, seconda edizione ampliata 2011), compendio di una fortunata rubrica su «l’Espresso», dove gli aspetti più vistosamente deteriori del costume sociopolitico nazionale erano tratteggiati con iperboli feroci.

In *Gli sdraiati*, tuttavia, l’autore allestisce un’operazione più articolata. Le tonalità screziate del comico tendono a prevalere quando si tratta di mettere a punto il ritratto del ragazzo, satireggiandone la biblica indolenza, l’inquietante simbiosi con i dispositivi tecnologici, la corporeità giovanile marcata da tatuaggi e pantaloni cascanti che paiono a chi scrive spassosamente antiestetici, per non dire destituiti di funzionalità alcuna.

L’affabulazione si fa invece più seria e riflessiva quando al centro della pagina si accampano le debordanti riflessioni paterne: ecco allora prevalere le note struggenti del rimpianto, del rovello esistenziale, del senso di colpa per quella che viene percepita come una fatale mancanza di autorevolezza virile nei confronti del figlio. Che questo sia un punto nevralgico del discorso lo apprendiamo d’altronde, ancora una volta, fin dalle prime pagine, quando alla telefonata andata a vuoto segue il compendio dell’angoscia del genitore: «una fragilità materna, non preventivata, rammollisce il mio aplomb virile».

La perdita di autorevolezza lamentata dall’io narrante deriva tuttavia da una certa qual nebulosità dei suoi stessi presupposti. A questa voce paterna, tanto pungente, spiritosa e spesso disinvoltamente forbita, è negata anzitutto l’attitudine all’ascolto: l’impianto dialogico del discorso cela in realtà una propensione

pervicacemente monologante. Conosciamo ogni sfumatura dei giudizi e delle riflessioni del narratore, ma del figlio non ci giunge molto più che la caricatura esteriore: l'alternarsi del registro comico e di quello saggistico trova qui la sua origine. L'universo mentale del ragazzo è per postulato inaccessibile a chi scrive e a chi legge, dunque non resterà che sbeffeggiarne con umori agrodolci i bizzarri comportamenti. Al contrario, tutte le risorse dell'investigazione psicologica e sociologica sono dirette sull'inquieta interiorità paterna: è di lui, di questo «borghese di sinistra», come si autodefinisce, che il libro anzitutto ci parla, non di suo figlio.

Il cruccio attorno a cui il «dopopadre esitante» si arrovella non è dunque tanto l'incomunicabilità intergenerazionale, come sembrerebbe di primo acchito, bensì, prima ancora, la possibilità di trasmettere un patrimonio di valori: difficile non dedurne che a essere percepita come malferma è anzitutto l'identità intellettuale e sociale di chi narra. Oltre a lamentare la propria scarsa dimestichezza con l'assertività, e con il potere che da essa deriva, questo padre tormentato non può fare altro che appellarsi querulamente a assunti etici ed estetici che è poi il primo a mettere sottilmente e ironicamente in dubbio.

Ecco allora che l'insistenza con cui nel testo si presentano i riferimenti al godimento delle bellezze della natura, a cui gli adolescenti sdraiati sembrerebbero disperatamente sordi, appare nient'altro che la sublimazione di costumi sociali e dettami di gusto di cui si avverte con sgomento la perdita di funzione. Il ragazzo e i suoi amici se ne fregano di partecipare al rito della vendemmia nella tenuta dell'amica di famiglia nelle Langhe, la muta fidanzatina Pia rimane indifferente alla grandiosità del temporale sul Tirreno che si ammira dalla terrazza della casa al mare, il figlio stesso si mostra comprensibilmente recalcitrante all'idea di accompagnare il genitore a scarpinare sul Colle della Nasca. La passeggiata tanto ossessivamente evocata è del resto così importante perché simboleggia un rito di passaggio e di iniziazione all'universo adulto: il narratore vi ci era stato portato, manco a dirlo, dal proprio padre. Ora, di fronte alla generazione degli sdraiati, si sente davvero «l'ultimo anello di una catena che si è spezzata», appartenente postumo «all'ultima epoca in cui il conflitto tra Giovani e Vecchi av-

veniva sul medesimo campo di battaglia». Parimenti, non stupisce che il pensiero più “futile” ma al tempo stesso più “lacerante” che assilla l’angosciato genitore riguardi il più borghese dei vessilli, ovvero la proprietà privata domestica, qui rappresentata sotto le trasparenti spoglie dei vasi di portulache che adornano la casa di vacanza: «Chi curerà questa terrazza quando non ci sarò più?».

Per quanto ce ne racconti la crisi, tuttavia, Serra sceglie di chiudere il libro all’insegna di un’autorivendicazione della propria identità socio-culturale. Gli interrogativi sui valori trasmissibili alle nuove generazioni trovano infine una risposta aperta, e nondimeno consolatoria: nelle pagine conclusive, quando avrà finalmente luogo la scalata di padre e figlio al famoso Colle della Nasca, sarà il ragazzo ad arrivare in cima prima del genitore.

## Piccolo o della sindrome di Homer Simpson

di Luca Daino

*Francesco Piccolo è uno scrittore di successo e un intellettuale progressista, autore di racconti, romanzi, reportage e articoli giornalistici. In quasi tutta la sua produzione il protagonista incontrastato è il narratore omodiegetico, suo scoperto alter ego, che non esita a mettere in scena le proprie vicende, anche le più intime, e la propria visione del mondo. Sono precisamente i contenuti espressi attraverso questa schiettezza psicologica, sentimentale e ideologica a prospettare un dibattito riguardo al settore di sinistra del campo intellettuale.*

Quando di un autore si dice che, a ben guardare, scrive e riscrive sempre lo stesso libro, si sta parlando, *absit iniuria verbis*, anche di Francesco Piccolo. È ammirevole la costanza con cui da anni lo scrittore di Caserta trapiantato a Roma, classe 1964, si esercita sul medesimo terreno, tentando gradualmente messe a fuoco di urgenze tematiche ricorrenti: tutte riconducibili al rapporto del narratore interno protagonista con il mondo circostante, inteso sia come minima realtà quotidiana e individuale, sia come realtà politica e collettiva. Ed è pregevole l'equilibrio che ha così raggiunto tra racconto autobiografico, meditazione introspettiva, riflessione storico-culturale e socio-politica. Equilibrio retto da una voce che si esprime sempre in modo affabile, ma senza cadere in sciatterie, a esclusione di qualche cedimento a usi giornalistici assunti passivamente. Sin dagli esordi, Piccolo, autore di fiction e reportage, nonché pubblicitista, ha fatto di una schiettezza morbidamente cinica, francamente egocentrica e provocatoria, il proprio marchio, la costante tonale dei propri testi, contraddistinti da una dominante a volte narrativa a volte aforistica, e spesso da entrambe congiuntamente. In ogni pagina il lettore avverte con soddisfazione il brio piacevole e appuntito con cui Piccolo racconta e si racconta, piegando la narrazione in glossa e discorso esplicativo.

Antonio D'Orrico, anche per questo, di recente ha parlato di «morettismo», facendo implicitamente riferimento alla lunga collaborazione del Piccolo sceneggiatore con il regista romano. Venendo alla letteratura, si potrebbe scomodare il nome di Umberto Saba, se non altro per l'attenzione indulgente e per il connesso desiderio di identificazione con cui è osservato l'ingenuo, il banale, il volgare della vita di tutti i giorni; una consonanza, con tutta probabilità involontaria, testimoniata anche dal libro vincitore del Premio Strega 2014, il cui titolo, *Il desiderio di essere come tutti*, è sì un'eco della prima pagina dell'«Unità» apparsa in occasione dei funerali di Enrico Berlinguer (così spiegano Piccolo e i suoi recensori), ma richiama, insieme a un intervento di Natalia Ginzburg citato in epigrafe al romanzo, anche la poesia sabiana *Il borgo*: «il desiderio dolce / e vano / d'immettere la mia dentro la calda / vita di tutti, / d'essere come tutti / gli uomini di tutti / i giorni». La contiguità con il poeta triestino tuttavia si ferma qui. Spostandoci più dentro il Novecento, andrà osservato che l'impiego di un narratore interno in grado di muoversi con disinvoltura tra diario personale, saggio breve, narrazione aneddotica, affreschi sociologici, rimandi letterari e filmici ricorda un po' il Bianciardi della *Vita agra*, ma un Bianciardi come pacificato, disinnescato, ottimista, e diciamo pure buonista, non volendoci spingere fino all'etichetta di «paraculo» che qualche recensore ha affibbiato a Piccolo e alla sua scrittura.

Siamo di fronte a un narratore che ha trovato presto la propria voce. Eccezion fatta per alcuni racconti del giovanile *Storie di primogeniti e figli unici* (1996) e per *Il tempo imperfetto* (romanzo socio-sentimental-fantascientifico del 2000, alquanto *sui generis* nella produzione piccoliana), che sono condotti da un narratore extradiegetico, Piccolo è sempre rimasto fedele a un alter ego testimoniale chiamato a riferire vicende che in un passato più o meno lontano lo hanno visto muoversi nel proprio contesto familiare, affettivo o amicale, oppure a svolgere al presente, con atteggiamento oscillante tra la critica acuminata e l'arrendevole disponibilità, il resoconto di una serie di esperienze vissute dentro la società contemporanea. Al primo gruppo appartengono le opere maggiori

dell'attività di Piccolo, quelle dotate di una più autentica vocazione narrativa (*E se c'ero, dormivo*, 1998; *La separazione del maschio*, 2008; *Il desiderio di essere come tutti*, 2013); al secondo quelle che potremmo definire preparatorie: non a caso inframmezzate alle precedenti con precisa regolarità, sembrano costituire una loro messa a punto con un profilo ancora informativo-giornalistico (*Allegra occidentale*, 2003; *L'Italia spensierata*, 2007; *Momenti di trascurabile felicità*, 2010). A ogni modo, come accennato, proprio a causa della presenza di un narratore assai ingombrante, nei libri di Piccolo è difficile segnare il confine tra fiction, confessione e *pamphlet*. Anzi, le opere di più ampio respiro trovano il loro *ubi consistam* e uno dei loro aspetti più originali proprio in questo poliforme bilanciamento, nel gioco di incastri tra un'oggettività attendibile e una sottintesa finzionalità, tra erudizione e rifiuto di qualsivoglia boria intellettuale. Il tutto compreso in un perimetro orgogliosamente e ostentatamente antigerarchico, anti-ideologico (e, potremmo dire, postmodernista), che si dilata senza remore e soluzione di continuità in accenni a Italo Calvino e a Sophia Loren, a Milan Kundera e a Pippo Baudo, a Federico Fellini e a Raffaella Carrà, al rapimento di Aldo Moro e ai campionati di calcio e basket.

Di tale *modus operandi* il primo esito compiuto è *La separazione del maschio* (da ora in poi soltanto *Separazione*), incentrato sulla poligamia sessuale e sentimentale dell'io narrante, nonché sulle sue puntigliose opinioni al riguardo: come nel successivo *Il desiderio di essere come tutti* (da ora in poi *Tutti*), le considerazioni di matrice psicoemotiva, introspettiva e sociologica non corrono il rischio di risolversi in un colto *divertissement* grazie alla robustezza del discorso che fa da fulcro ai due libri: nel primo caso l'amore, nel secondo la politica. Non solo per un furbo ammiccamento autobiografico, il protagonista della *Separazione* è un montatore di film e documentari: le sue vicende sono assai bene assemblate in un'alternanza di ragguagli erotici e teneri quadretti familiari, teorizzazioni più o meno dotte e una descrittività vivace e spigliata, come la lingua che la veicola. Al polo opposto si colloca l'esile volume di "scorciatoie" e "raccontini" intitolato *Momenti di trascurabile felicità*, in cui Piccolo ha assecondato, senza opporvi al-

cun contravveleno, il proprio gusto per la divagazione spiazzante applicata a decine di questioni banali e quotidiane, dalla singolare longevità sul mercato italiano di prodotti come il Voltaren, il Topexan e il Super Santos al piacere provato parcheggiando l'auto in seconda fila o ascoltando le canzoni di Sanremo.

In quasi tutti i libri di Piccolo c'è soltanto un esile filtro a distinguere l'autore in carne e ossa e l'io narrante, tanto è vero che a quest'ultimo non viene mai assegnato un nome, ad accentuare ulteriormente la sovrapposizione. Questo io, che ha la fisionomia di un intellettuale di sinistra, di estrazione borghese e provenienza meridionale e provinciale (in alcuni libri precisamente casertana), si è trasferito a Roma per ottenere un impiego nella pubblicistica di ambito letterario. Contraddistinto da una vitalità energica e ottimistica, è in grado di completare e realizzare se stesso unicamente nella relazione con l'altro: con la famiglia, gli amici, il partito, la società e soprattutto le donne. Da un libro al successivo si riscontrano svariati rimandi tra le vicende narrate e vaste zone di sovrapposizione nei giudizi e negli atteggiamenti dell'io che di volta in volta regge il discorso. Si potrebbe dire che il narratore omodiegetico dei testi di Piccolo, quasi sempre uguale a se stesso sul piano dell'identità e delle dinamiche narratologiche, interpreta sempre la medesima parabola, o per lo meno sia alle prese con un ordine estremamente coeso di questioni. A conferma del fatto che la letteratura di Piccolo consiste in una progressiva messa a fuoco del medesimo materiale narrativo, esistenziale e concettuale, la cui struttura di fondo si configura come un romanzo di formazione che torna circolarmente su di sé.

Uno snodo decisivo nel cammino dell'alter ego finzionale di Piccolo va riconosciuto nel rapporto d'amore con una compagna di liceo, variamente descritto in almeno un racconto – *Quando il dito indica la luna*, inserito in *Storie di primogeniti e figli unici*, in cui la ragazza si chiama Francesca – e in due romanzi – *E se c'ero, dormivo*, in cui il suo nome è Claudia, e *Tutti*, dove invece è Elena. È a partire da qui che si dipana il filo delle esperienze sentimentali del protagonista, di cui si dà conto *in primis* nella *Separazione*, in cui non ha cittadinanza l'antinomia tra il ruolo di padre e marito

innamorato e quello, altrettanto innamorato, di amante plurimo, anzi ipertrofico: «Vivo [...] con la donna che amo, ho una figlia meravigliosa, amo più o meno tre altre donne, scopo moltissimo e scopo con altre ancora: non ho rimorsi né sensi di colpa. L'unica egoistica paura che ho è che tutto ciò mi venga sottratto» (p. 70).

L'esperienza che lo ha spinto ad assumere tale atteggiamento (simile a quello che fa capolino, ma dietro lo schermo eufemistico dell'espressione inconscia, nell'harem felliniano di *8½*, non a caso il film prediletto da Piccolo; e qualcosa di analogo si potrebbe dire di un'altra opera da lui molto amata, *L'insostenibile leggerezza dell'essere* di Kundera) si trova appunto in quella dolorosa esperienza adolescenziale, dopo la quale il protagonista non ha fatto altro che imporre alle donne ciò che era stato costretto a vivere dalla sfuggente e contraddittoria Francesca/Claudia/Elena, che gli ha negato una volta per sempre la possibilità di darsi con fiducia, e in maniera univoca, all'*altro*: «La mia filosofia d'amore, dal momento in cui lasciai Claudia, cominciò a essere complicata, con un accumulo di postille. In pratica [...] se pure mi fidanzavo, continuavo a sostenere che non ero fidanzato; se pure tradivo, continuavo a sostenere che non avevo tradito» (*E se c'ero, dormivo*, p. 165). Un'identica presa di posizione si trova nel libro di quindici anni dopo, *Tutti*, in cui viene descritto un sentimento amoroso inevitabilmente impostato sulla «rivalsa», sulla «vendetta», sul «riscatto», in assenza di qualsiasi esitazione nel provocare dolore, perché «ero in credito illimitato con la sofferenza [...]. Ne ho diritto perché ho sofferto in modo inconsolabile quando ho amato la prima volta» (p. 129). Suona perciò come un'*excusatio non petita*, e vale piuttosto come prova *e contrario*, il bilancio sentimentale-esistenziale che l'io, malamente travestito da progressista, tenta nel finale di *Tutti*: «ho concepito come "reazionario" anche quel [...] rimanere legati al primo amore come la forma unica e vera dell'amore; e ancora di più se quell'amore non si è compiuto, se rappresenta un'astrattezza. Come se l'innamoramento della prima volta fosse l'unica forma di amore autentico» (p. 257).

Ma non si tratta solo di amore. L'intellettuale marxista che Francesca/Claudia/Elena aspira a essere (siamo alla fine degli anni settanta) influenza la visione del mondo del personaggio-narratore

e ha grosse conseguenze sul suo rapporto con l'intorno politico-sociale: «per lei tutto quel che succedeva nel mondo succedeva a lei personalmente. Ed era quello che avrei voluto accadesse anche a me. [...] Ma allo stesso tempo, dovevo ammettere, non ero riuscito a diventare così fino in fondo» (*Tutti*, p. 78). Il ritornello che percorre gran parte della produzione di Piccolo, “(non) essere come...” – come la compagna, come gli amici, come gli altri, come «tutti» –, e dunque “(non) venire accettato” e “(non) accettare” l'altro, ha la sua origine proprio nella relazione fallimentare con quella ragazza: «era comunque finita, [...] non era mai nemmeno cominciata perché non mi avrebbe mai perdonato di non essere come lei, era questo in fondo che non mi perdonava» (*E se c'ero, dormivo*, p. 135).

La giovane è un'attivista della sinistra extraparlamentare, mentre il protagonista è un borghese solo a tratti insofferente del proprio ambiente e dei propri amici cattolici e di destra; un borghese che sostiene di aver raggiunto la consapevolezza di essere comunista vedendo in tv, all'età di nove anni, il gol segnato da un giocatore di calcio della Germania Est – la squadra dei «più poveri» e «deboli» (*Tutti*, p. 37) – alla Germania Ovest – i più forti e favoriti da ogni pronostico. La fulminea conversione al comunismo avvenuta sotto forma di fanciullesca intuizione buonista e grazie all'intrattenimento spettacolare è un dato rivelatore: sta come a significare che la svolta consumista incombeva già sull'opzione comunista del ragazzino, che infatti da adulto con candore avrebbe affermato: «ero comunista, ma ero in sintonia con gli anni Ottanta» (p. 92); e ancora: «al contrario di Berlinguer, pensavo a divertirmi» (p. 99). Del resto, sarebbe diventato un intellettuale moderatamente riformista. Più a fuoco è una glossa introspettiva del libro-inchiesta sui divertimenti dell'Italia di oggi, in cui Piccolo accenna all'esistenza in lui di un contraddittorio moto pendolare: «Tutta la mia vita è stata un elastico tra la coscienza e l'abbandono. Tra la capacità di ragionare su quello che vedo e la volontà di perdersi nella partecipazione» (*L'Italia spensierata*, p. 5).

Il fallimento della relazione amorosa e il rifiuto oppostogli dagli ambienti politici della ragazza apre nell'io narrante una riflessione sul rapporto che è in grado di stabilire tra la verità istintiva della propria condizione individuale (data dall'estrazione sociale e

dalle peculiarità personali, a partire dalle debolezze e dalle vigliaccherie inconfessate) e una coscienza razionale della giustizia. L'esito del rovello non lascia spazio a dubbi: «tutti questi anni passati a inseguire un me migliore, sono stati molto faticosi e hanno ottenuto poco o niente»; e insomma tanto valeva «affrontare le cose dalla strada opposta: ammettere chi ero, da dove venivo – tutti i miei limiti [...]. È meglio rendersene conto: se come si è, e come si dovrebbe essere, non riescono a coincidere, allora la sincerità è più fruttuosa del senso di giustizia» (*Tutti*, p. 226). Perciò pensa bene di abbandonare «il senso del giusto a favore della verità» (*Separazione*, p. 161), la quale, in quanto soggettiva e debole (in senso postmodernista), non può che essere egoistica e interessata: «La purezza, il senso di giustizia, non sono state mai più il mio criterio, nemmeno come amico, o come amante» (*Tutti*, p. 183).

Queste sono le posizioni di ordine morale e politico alla base dell'intera produzione di Piccolo, la quale infatti è in larga parte dedicata all'elogio della “superficialità” (vera e propria parola chiave piccoliana), al racconto dell'umile epopea di un intellettuale di sinistra compiaciuto di amare gli aspetti di triviale rilassatezza del mondo di oggi. Molti degli apprezzati *Momenti di trascurabile felicità* muovono, senza alcuno schermo ironico, proprio da qui, dall'idea che «ci sono alcune [...] cose che non mi dovrebbero piacere ma mi piacciono» (p. 22): come parcheggiare l'auto in seconda fila, prendersela con i ciclisti che pedalano in città, non cedere il proprio posto a sedere sui mezzi pubblici, guardare *Il grande fratello* («comprese alcune ore notturne in cui loro dormivano e io ero sveglio a guardare loro che dormivano», *Tutti*, p. 234), mandare un sms per votare il cantante favorito a *X Factor*. Gli sforzi di Piccolo sembrano programmaticamente – verrebbe da dire, a mo' di contrappasso, “ideologicamente” – tesi a mostrare che quella attuale, se pure non è la migliore delle società possibili, va accettata, vissuta e amata, non giudicata e soprattutto non rifiutata sulla base di astratti principi etici: «è più vitale, ed è più utile, il desiderio di far parte di un mondo fragile, peggiore – se si è deciso che è peggiore –, pieno di problemi complessi ma che fa parte del presente» (*Tutti*, p. 181).

Se lo stimolo primario del Piccolo scrittore è consistito, come detto, nella difficoltà di essere nel mondo, di collocarsi alla giusta distanza dal mondo per poterlo comprendere e per poterci vivere in maniera serena, possiamo ben dire che il percorso si è compiuto in maniera positiva: «Io mi sono sempre sentito diverso da quelli che guardano *Domenica in* o *Natale a Miami* o si infilano negli ingorghi delle vacanze. [...] Poi queste certezze hanno cominciato a vacillare quando ho capito che c'è una correttezza in ogni cosa che accade in un paese, e di questa correttezza mi sono fatto carico attraverso un percorso di sincerità» (*L'Italia spensierata*, p. 117). Una corresponsabilità declinata più che altro in termini di superficiale appagamento, di autoreferenzialità godereccia: «Dentro di me c'è un germe di quello che sono stato sempre sicuro che non ci fosse. E vaffanculo, questo germe me lo coltivo e lo osservo e me lo godo e così capisco un po' di più di me e del mondo. Voglio capire, e quando voglio capire già mi basta, già sono disponibile e contento di starci» (*ibidem*).

Anche Edgar Morin, in un famoso saggio del 1962, *Lo spirito del tempo*, invitava l'osservatore della nascente cultura di massa a partecipare «all'oggetto della sua osservazione», ad «aver piacere a introdurre una moneta in un juke-box, divertirsi con le macchine a gettone, seguire gli incontri sportivi alla radio e alla televisione, canticchiare l'ultima canzonetta» (p. 38). Ma, appunto, era il 1962 e per uno studioso che volesse armarsi degli strumenti adatti a sondare, con spirito schiettamente progressista, gli inediti fenomeni in corso era imprescindibile squarciare il velo snobistico opposto loro dall'intellettualità tradizionale. Oggigiorno, accertata la bontà di un approccio «alla Morin» ai prodotti culturali della società dei consumi (e per quanto riguarda l'Italia sarà doveroso fare almeno il nome di Antonio Gramsci, pioniere di questo genere di indagine), quella di Piccolo, più che una doverosa opzione conoscitiva, finisce per sembrare l'ennesima *laudatio* del presente e una mal celata *captatio* della pancia del pubblico. E non sentivamo il bisogno né dell'una né dell'altra, vista la prepotenza tutt'altro che innovatrice con cui dominano il panorama letterario, massmediatico e ideologico. Leggendo Piccolo, rischia di venire alla mente, anziché le premonizioni metodologiche di Gramsci e

Morin, l'enorme successo dell'apparentemente ingenuo e incolto Mike Bongiorno: la cui popolarità era dovuta, secondo l'intuizione di Bianciardi ripresa e sistematizzata da Umberto Eco, al fatto che lo spettatore aveva finalmente modo di identificarsi senza complessi di inferiorità con un personaggio noto, e addirittura di sentirsi superiore a lui. In modo non dissimile, ai lettori di Piccolo – per lo meno alla porzione, senz'altro maggioritaria, dei suoi lettori di area progressista – è consentito godere della rasserenante mediocrità etica ostentata, con sincero compiacimento, da un autorevole scrittore di sinistra: possono così arginare il proprio senso di inadeguatezza rispetto ai valori in cui, almeno a un livello astratto, ancora si riconoscono e che ancora idealmente difendono.

Si potrebbe insomma indirizzare a Piccolo lo stesso invito che Nanni Moretti, in *Aprile*, rivolgeva a Massimo D'Alema: «Di' una cosa di sinistra!». Ma c'è dell'altro. Qualcuno, per esempio, potrebbe sorprendersi constatando che nell'Italia dei primi anni duemila l'approccio al reale teorizzato e praticato da un intellettuale progressista tende qua e là a sovrapporsi a quello di Homer Simpson, la più celebre incarnazione della *medietas* umana occidentale, contraddittoriamente in bilico tra meschinità e innocenza, ignoranza e furbizia. In modo non troppo diverso dai protagonisti di Piccolo, Homer è ingordo e cinico eppure estroverso, è perfido ed egoista eppure affabile e bonario. Anch'egli schiavo felice dei propri appetiti – come dice il suo creatore Matt Groening, è «dominato completamente dai suoi impulsi» –, risulta comunque nutrito da un invincibile amore verso la vita e, sia pure in maniera a volte ipocrita e bugiarda, da un vivo affetto per la sua famiglia. È uomo mediocre, con atteggiamenti eticamente discutibili, ma è anche onesto, anzitutto nei termini in cui non cela le proprie vigliaccherie. Pare di poter intravedere la sua corpulenta figura pronunciare l'affermazione di Piccolo riportata poco sopra: «E vaffanculo, questo germe me lo coltivo e lo osservo e me lo godo».

Non è in discussione la legittimità, sostenuta ovunque nei libri di Piccolo, della singola esperienza ludico-ricreativa o anche “home-rica”, ovviamente in senso simpsoniano. E, a differenza di quanto si legge in *Tutti*, non è nemmeno un problema di nostalgia per un

mai esistito «passato migliore, in cui le persone si occupavano, tutte, di questioni importanti» (p. 255). Ma ci si potrebbe domandare se tra le aspirazioni di uno scrittore di area progressista si debba oggi includere quella di risultare confermativo dello *status quo*; se il suo compito debba essere assolversi e assolverci, farci guardare con pieno consenso ai momenti in cui ci gioviamo, alimentandole e perpetuandole, delle porzioni di realtà che, almeno in teoria, vorremmo combattere e trasformare.

## Di professione conduttore

di Federico Bona

*Negli ultimi dieci anni Fabio Fazio si è imposto come uno dei principali mediatori dei consumi culturali del Paese, grazie soprattutto al programma Che tempo che fa. Il suo successo è stato costruito con una formula rimasta nel tempo coerente a se stessa: un'attenta selezione degli ospiti tra la cultura popolare e quella d'élite; un'atmosfera pacata e cordiale, nella quale l'intervista si trasforma in conversazione amichevole; l'utilizzo di un linguaggio "medio", che evita allo spettatore difficoltà di comprensione anche in presenza di intellettuali importanti. Sullo sfondo emerge l'intento di proporre un'immagine della cultura come bene supremo, dai fondamentali aspetti didattici e educativi.*

**E**ra il settembre del 2003 quando faceva il suo esordio sulla scena televisiva italiana un personaggio che negli anni successivi si sarebbe dimostrato capace di intuire, convogliare e orientare le opinioni e i consumi culturali di una parte del nostro Paese. Questo personaggio, che per comodità chiameremo Fabio Fazio, è una figura collettiva che raccoglie il lavoro di un gruppo storico di autori, principalmente Pietro Galeotti, Marco Posani e Fabio Fazio, coadiuvati nel tempo da altri soggetti, tra i quali Michele Serra e Francesco Piccolo. Si presenta al pubblico televisivo sotto le spoglie dell'individuo Fabio Fazio, cinquant'anni, savonese, di professione conduttore tv, esordio in Rai nel lontano 1983, ed esercita la propria influenza principalmente, ma non esclusivamente, attraverso la trasmissione *Che tempo che fa*, messa in onda da Rai3, a seconda degli anni, nelle serate del sabato, della domenica e del lunedì.

Per essere precisi, questo Fazio collettivo non appare all'improvviso sul video in quel settembre del 2003, ma è figlio diretto di un personaggio che prende contorni più definiti a partire dal 1993, con la nascita di *Quelli che il calcio*, un programma che, diventando un piccolo classico della recente tv italiana, gli permette di acquisire rilevanza sul palcoscenico nazionale e di iniziare

a definire le proprie modalità comunicative. In particolare, è qui che prende forma quel caravanserraglio pop di ospiti di diversa provenienza ed estrazione culturale il cui mix, perfezionato con l'esperienza e ricalibrato a seconda del contesto, diventa uno dei marchi stilistici di Fabio Fazio. Emblematiche le edizioni del Festival di Sanremo del 1999 e del 2000 dove, di fianco a Fazio, nel cast dei conduttori, comparivano il premio Nobel per la Medicina Renato Dulbecco, nel primo, e nel secondo il tenore Luciano Pavarotti, mentre tra gli ospiti estranei al mondo musicale sfilavano un astronauta, due calciatori, un regista premio Oscar, due comici, un premio Nobel per la Pace, un ex sciatore, due attori e un prestigiatore. Ovvero: Neil Armstrong, Roberto Mancini e Alessandro Del Piero, Michael Moore, Anna Marchesini e Teo Teocoli, Michail Gorbacëv, Gustav Thöni, Leslie Nielsen e Darlene Conley, Aldo Savoldello (in arte Mago Silvan).

Fazio allestisce con cura il cast dei propri ospiti perché attraverso il loro coro di voci, utilizzato come griglia interpretativa, che costruisce il proprio discorso sull'attualità, il quale attinge insieme alla cultura popolare e a quella d'élite e si modula nella prima fase principalmente sui toni surreali. Il calcio, la musica leggera o, in seguito, il clima, non a caso argomenti che hanno spesso una funzione socialmente fàtica, sono solo pretesti tematici. L'operazione mostra un pericolo evidente: più la formazione del discorso, complicata dalla diretta, è imperfetta, più risulta impossibile riconoscerne, in fase di ricezione, il senso e distinguere, posto che sia uno degli obiettivi, il punto di vista dell'intellettuale in mezzo al rumore di fondo dell'intrattenimento.

*Che tempo che fa*, nato come una trasmissione intorno al clima, prende presto la forma di un talk show nel quale Fazio intervista individualmente una serie di ospiti, secondo una formula che resta più o meno invariata negli anni, pur lasciando spazio a qualche variazione come, per l'edizione attualmente in corso, la serata del sabato, che esibisce una conduzione condivisa e una scaletta più movimentata, aumentando il peso e la presenza di Massimo Gramellini, vicedirettore della «Stampa» e ospite fisso fin dal 2009.

A non mutare, nel corso degli anni, è lo spirito del programma: «Un'atmosfera pacata e cordiale è la caratteristica più evidente

del talk show [...] nel quale Fabio Fazio riesce a trattenersi con l'ospite più in una conversazione amichevole che in un'intervista formale e ad affrontare sempre temi di interesse e attualità, siano essi di politica, sport, musica, arte, letteratura, cinema, scienza, clima, ambiente», secondo la presentazione che ne dà l'ufficio stampa. È con queste chiavi che la trasmissione supera il traguardo delle 2.000 puntate, 62 nell'edizione 2013-2014, che si chiude con «una media di oltre 3 milioni e mezzo di telespettatori e puntate che hanno superato i 6 milioni, con picchi del 20% di share».

Sono circa 200 le ospitate dell'edizione 2013-2014, intendendo con questo termine i singoli incontri condotti da Fazio con uno o più ospiti contemporaneamente. La parte del leone, con 46 ospitate, la fanno i personaggi legati al mondo della musica, chiamati spesso a contribuire alla componente spettacolare del programma eseguendo in studio uno o più brani. Seguono la politica e il cinema, con 29 presenze ciascuno e la palma di personaggio più invitato: Matteo Renzi, con 3 apparizioni.

Il resto si muove tutto tra le 19 partecipazioni degli sportivi e le 14 degli scrittori, passando per personaggi di tv e spettacolo, giornalisti e ospiti legati alla cronaca, intellettuali e artisti di varia estrazione come architetti, fotografi, direttori d'orchestra. In coda, con 7 e 6 ospitate, teatro e scienza. Il pretesto per l'invito ha sempre a che fare con l'attualità: una notizia, quando si tratta di politici o giornalisti, un disco, un film o un libro in uscita per gli altri. A proposito di questi ultimi, sono 39 i volumi presentati nell'edizione 2013-2014, 12 dei quali di narrativa, spalmati tra gli ospiti di tutte le categorie.

È una campionatura grossolana, ma sufficiente a mostrare come, a parte una consistente, e forse inevitabile, aggiunta di personaggi provenienti dalla politica, il cocktail rimanga in linea di massima invariato, anche nelle dosi, con i comici ben attestati trasversalmente tra gli ospiti di cinema e tv. Certo, nella formula di *Che tempo che fa* non si tratta più di condurre un'orchestra, come in *Quelli che il calcio*, bensì di dirigere una serie di assolo, ma nel complesso, a fine puntata, il risultato è analogo: far risuonare gli argomenti d'attualità toccando più corde, da quella più farsesca a quella più tragica.

L'altro importante marchio stilistico di Fazio è la costruzione di quella «atmosfera pacata e cordiale» e di quella «conversazione amichevole» che da sempre polarizzano le opinioni degli ammiratori e dei detrattori.

Fazio affronta le interviste con un costante sorriso, a volte declinato in varianti pensose o preoccupate, e con una modulazione della voce pacata e sui toni bassi, che arrivano a essere sussurrati in occasioni come l'incontro con il presidente della Repubblica Giorgio Napolitano, il 13 aprile 2014 al Quirinale.

Sul piano retorico, il dialogo con l'ospite si svolge in un'apparente assenza di conflitto, dopo una presentazione quasi sempre epidittica. Più che domande, Fazio porge all'ospite spunti di riflessione, inviti a raccontare aneddoti o a precisare e allargare dichiarazioni già fatte, citando altre fonti giornalistiche o riprendendo brani di un libro, quando l'occasione lo prevede. In pratica, nella maggior parte dei casi, l'intervistatore sembra cercare la chiave migliore per far aprire il proprio interlocutore, spingendolo a esprimersi distesamente e, dove possibile, a lasciar trasparire la sua sfera più privata.

Ciò non significa che la disposizione di Fazio nei confronti dell'ospite sia neutrale: basta il primo argomento introdotto per intuire il pensiero del conduttore. Un esempio particolarmente evidente è il diverso trattamento riservato a Graziano Del Rio e a Beatrice Lorenzin, impegnati nella stessa squadra di governo, il primo come sottosegretario alla Presidenza del Consiglio e la seconda come ministro della Salute, ma di area politica opposta. Del Rio, il 30 marzo 2014, viene presentato esponendo il caso di trentadue bambini del Congo adottati regolarmente da genitori italiani, ma ancora bloccati nel Paese africano, per i quali il governo ha promesso di trovare una soluzione, che gli permette, su queste fragili basi, una breve celebrazione dell'impegno del proprio partito e di ricevere in cambio un ringraziamento sulla fiducia. Beatrice Lorenzin, il 12 aprile 2014, prima di poter iniziare a parlare, con un'impostazione giocoforza difensiva, deve invece rassegnarsi ad ascoltare un elenco di disavventure giudiziarie più o meno rilevanti affrontate da ex compagni del partito dal quale da qualche mese è uscita.

Non si tratta soltanto di orientamento politico: ci sono ospiti con i quali Fazio lega meglio, per simpatia, confidenza o qualsiasi altra ragione, e altri con cui lega meno. Con i primi, svolge alla perfezione il proprio ruolo di spalla, dando continuamente piccole spinte al discorso per mantenere una buona inerzia; con i secondi invece arrivano a volte le interruzioni, più o meno timide o cordiali, e fanno capolino alcune sottolineature ironiche, che nei primi anni di *Che tempo che fa* erano più frequenti nel dialogare di Fazio. Un calo, questo, che va di pari passo con la crescita degli spazi riservati ai sodali Massimo Gramellini e Luciana Littizzetto. In pratica, è come se Fazio gradualmente delegasse loro alcune funzioni specifiche del proprio discorso: Gramellini darebbe così voce alla sua vena più moralista, fustigando personaggi e comportamenti disonorevoli senza però mai staccarsi da una medietà in grado di sortire facili consensi; Littizzetto alla sua vena più aggressiva, mirando bersagli più grossi ma in un preciso contesto retorico entro il quale l'attacco viene disinnescato dall'esibito parossismo verbale della comica e dal continuo controcanto di Fazio, in un copione che si ripete pressoché invariato da anni.

Sul piano lessicale, Fazio evita accuratamente termini complicati e tecnicismi, anche in presenza di scrittori o intellettuali, ma ciò, se da una parte rivela una evidente vocazione ad attenuare le possibili difficoltà di comprensione, dall'altra gli impedisce di approfondire il discorso critico intorno alle opere che propone al pubblico. Nella maggior parte dei casi, quando l'oggetto della conversazione è un libro, l'analisi non si spinge oltre una più o meno articolata esposizione dei contenuti o una riflessione sui temi che a volte, nell'eccesso semplificatorio, non evita di identificare la voce dell'autore con quella dei personaggi rappresentati. E ogni volta che si azzarda a sottoporre all'autore un'interpretazione, o un parallelo con un altro artista, forse temendo di travalicare il proprio ruolo, il conduttore indugia più facilmente in quella sorta di balbettio che costituisce una sua tipica manifestazione di pudore.

Tutto ciò sembra accordarsi a un'idea di cultura intesa come bene supremo, portatrice di un valore educativo, ben rappresentata dalla glossa di Fazio all'incontro del 25 febbraio 2014

con Alice Rohrwacher, fresca vincitrice del Grand Prix di Cannes con il suo film *Le meraviglie*: «Forse dovremmo adoperare il cinema di nuovo come uno strumento didattico, come uno strumento di riflessione, come un linguaggio che fa parte di tutti noi e che ci aiuta a crescere». La manifestazione più evidente di questa concezione si esplicita nel rapporto con Roberto Saviano, prima ospite ricorrente di Fazio e poi addirittura coautore di due programmi: *Vieni via con me*, trasmesso nel 2010 su Rai3 per quattro puntate con ascolti vicini ai 10 milioni di telespettatori, e *Quello che (non) ho*, andato in onda nel 2012 su La7 per tre serate con un pubblico in media intorno ai 3 milioni di spettatori.

Sono trasmissioni nelle quali il cast degli ospiti assume ancora una volta un peso preponderante. Nel primo caso le persone, molte delle quali selezionate tra il pubblico invitato a mandare i propri elenchi via web, intervengono per leggere un elenco, appunto, che ne definisca «i sentimenti, le passioni, i disagi, i problemi» o i valori; nel secondo una serie di ospiti sceglie una singola parola che risponda più o meno agli stessi requisiti. È una prospettiva che rivendica alla parola e alla cultura un ruolo centrale, rafforzata dalle “orazioni civili” di Saviano, monologhi in cui lo scrittore si configura come paladino della legalità e della moralità. Il risultato è una sorta di celebrazione laica di valori e riferimenti culturali che dovrebbero essere universali e che invece finiscono per tracciare confini e diventare codici di riconoscimento. Ovvero tutto l’opposto che popolari: elitari.

## La ginestra di Magris

di Giuseppe Sergio

*In un dibattito civile e politico rabbuiato dai preoccupanti rischi di eclissi dell'intellettuale, Claudio Magris eleva un messaggio che, senza naturalmente rinunciare alla critica, mostra nonostante tutto una fiducia umanistica nella perfettibilità dell'uomo e del mondo in cui vive. E ci conforta sul fatto che, come si dice nel dramma Le voci, «Forse c'è ancora qualche vera voce in giro, quel che conta è non arrendersi».*

**N**on se la passano bene gli intellettuali. Anzitutto per ragioni di carattere ambientale, correlate all'odierno, ipertrofico sistema mediale in cui è difficile farsi sentire, figuriamoci ascoltare. Dall'estremizzazione della *participatory culture* (Henry Jenkins) è infatti scaturito un blob di messaggi in gran parte indistinti e perciò spesso insignificanti, un basso continuo in cui – anche per il grossolano equivoco fra ciò che è cultura e ciò che è espressione di una determinata cultura – le gerarchie dei valori sbiadiscono e possono fino invertirsi. Così è accaduto per il valore mediatico, che si è scisso da quello culturale e ha preso il sopravvento su di esso. Se ciò è in parte imputabile ai detentori del valore culturale, che raramente hanno saputo adeguare i loro vecchi linguaggi ai nuovi mezzi, non stupisce allora che gli intellettuali con maggiore presa sull'opinione pubblica siano quelli che spiccano, insieme e prima che per ciò che dicono, per la forma che utilizzano, perché brevilouquente e arguta (Serra), comica (Crozza, Littizzetto), ironica e strafottente (Travaglio), trasgressiva (Busi), faunesca (Sgarbi) ecc. E quelli che restano tendono a occuparsi di valori astratti, a rimanere sul generico, a impegnarsi piuttosto nel dibattito etico che in quello politico e civile, chiudendo gli occhi davanti a un'eclissi colposa, che emargina e delegittima la cultura dalle forze politiche in gioco.

È in risposta a una sollecitazione superegoica che Claudio Magris si è cimentato nella saggistica e nel giornalismo (il suo primo articolo appare nel 1958 sul «Messaggero Veneto», mentre dal 1967 collabora in modo stabile con il «Corriere della Sera»). Se questi sono gli ambiti in cui può più schiettamente esplicitarsi la militanza di intellettuale, essa in realtà circonfonde tutta la sua opera, robustamente intrisa di succhi etici e politico-civili.

Magris si è confrontato con diversi tipi di scrittura, che hanno delineato una fisionomia intellettuale tanto eterogenea nelle forme praticate – del romanzo, del saggio, dell'articolo giornalistico, della traduzione, dell'opera teatrale –, quanto coesa nei temi e coerente nelle categorie di pensiero impiegate. L'impressione di poliedricità organica e osmotica, spugnosa, che accompagna la lettura di Magris deriva certo dall'intertestualità tematica (anche se una stessa traccia, ricomparendo in più opere, viene sogguardata da angolazioni peculiari e declinata con diversi linguaggi), ma soprattutto da un'ostinata e partecipe tensione conoscitiva di fondo. Questo è, secondo la mia esperienza di lettura, il marchio più caratterizzante della pagina di Claudio Magris, ravvisabile tanto nei drammi teatrali e nei romanzi (esemplarmente, in *Danubio*) quanto negli articoli di giornale, come vedremo in modo più ravvicinato, e nei saggi; la raccolta *L'anello di Clarisse* è al proposito esemplare di un modello di critica letteraria coinvolgente, riscaldata dal dialogo e dal rapporto "personale" che lega il critico ai temi e agli autori studiati. La scrittura di Claudio Magris è intrinsecamente professorale: anche quando ci racconta qualcosa, non lo fa per il puro gusto di intrattenerci, ma piuttosto per farci capire qualcosa e forse per capirlo lui stesso. Parimenti, nelle sue opere letterarie più raffinate si impara e si riflette; ciò che appare straordinario è come il maestro riesca a tenersi ben alla larga da ogni boria omiletica e precettistica grazie a una sensibilità, che sentiamo empaticamente partecipata, al detto o raccontato.

Che intenda la letteratura come sforzo di comprensione e come tentativo di cambiare il mondo, Magris l'ha ammesso in diverse occasioni: da ultimo, nelle conversazioni con Mario Vargas Llosa, *La letteratura è la mia vendetta*, e con Gao Xingjian, *Letteratura e ideologia*, entrambi pubblicati nel 2012; insieme a

numerosi suoi critici, ha allo stesso modo riconosciuto come a sé particolarmente congeniale il «genere intermedio», ovvero quel «narrare senza fare a meno delle idee» esemplarmente avvertosi nei vagabondaggi fisici e intellettuali, geografici e memoriali, che sono *Danubio* e, più in piccolo, *Microcosmi*. L'altra faccia di questo ibridismo, cioè quella del saggio che traborda nel romanzo, si coglieva d'altra parte già nel primo libro di Magris, quel *Mito asburgico nella letteratura austriaca moderna* tratto dalla sua tesi di laurea, in cui la severità di certi giudizi veniva addolcita dalla forma seducente e musicale della pagina, facendo intravedere una «vena semiclandestina di scrittore» (Ernestina Pellegrini).

A un «genere intermedio» possono essere ricondotte anche le pagine di giornale, dove al fatto di attualità, alla segnalazione libraria, alla contingenza politica Magris frammischia più ampie riflessioni etico-filosofiche o più minuti aneddoti personali. Come accennavamo, la scrittura giornalistica è quella che per l'intellettuale triestino meglio risponde a un imperativo etico di impegno di cittadinanza attiva. In Magris la consapevolezza di poter incidere nell'opinione pubblica, in virtù della sua autorevolezza e del potente altoparlante del «Corriere della Sera», non assume mai forme autoritarie: le ferme prese di posizione e i toni perentori non mancano, come è naturale che sia in una scrittura a caldo, reattiva, qual è quella giornalistica, ma vengono sempre argomentati. Gli snodi del ragionamento sono esplicitati grazie alle forme asseverate della doppia negazione (*non può non, non è e non può essere*) e al frequentissimo ricorso alla stringa *non x, ma/bensì y*, che prima sgombra il campo e poi afferma. Pure ricorrenti, e necessari alla chiarezza del ragionamento, sono il procedere dilemmatico e l'esplicitazione di tutti i distinguo del caso, anche a costo di un didascalismo poco giornalistico (per esempio: «Anzitutto, quando si parla di trasgressioni a scuola, occorre distinguere tra le ripugnanti violenze [...] e quella giocosa indisciplina [...]», *Livelli di guardia*). Questa decisa disposizione chiarificatrice, sintatticamente inarcata su di una misura media che però non rinuncia affatto all'ipotassi, sfocia volentieri nella vera e propria definizione di parole e concetti che possono venir ambigualmente intesi, quali per esempio *tolleranza* (implicante un'assunzione di superiorità

da parte di chi tollera), *ragione* (diversa dalla «razionalità calcolante»), *laicità* e *laico* («Il termine “laico” non è un sinonimo di ateo o miscredente ma implica rispetto per gli altri e libertà da ogni idolatria. Laicità significa tolleranza, dubbio [...]», *Livelli di guardia*). Per dirla con Magris, in un'epoca in cui «trionfa una sgrammaticatura linguistica, concettuale ed etica» è prioritario intendersi sui termini arginando l'«analfabetismo concettuale e morale» (*La storia non è finita*). Se in questo modo diventa difficile dissentire da Magris, d'altro canto l'autore torna a più riprese sull'irrazionalità del voler avere ragione a ogni costo e sui limiti della ragione stessa, soprattutto di quel «modello di ragione universale» (*Dietro le parole*) che sopprime o non tiene in debito conto valori diversi, cultural-specifici.

Già queste caratteristiche bastano a mostrare come la scrittura giornalistica di Claudio Magris sia pienamente comunicativa, tesa a centrare il punto senza divagazioni né concessioni estetico-letterarie. È una scrittura razionale o meglio, come forse preferirebbe Magris, ragionevole, tesa a comprendere ed esprimere un senso del mondo, ed eventualmente a giudicarlo. Al proposito l'autore cita, a sua volta traendoli da Ernesto Sabato, due diversi tipi di scrittura: quella diurna, più lucida e meditata, cui sono ascrivibili le pagine giornalistiche e saggistiche, e quella notturna, tipica dei testi romanzeschi e teatrali, che sgorga da un fondo istintivo, in parte subconscio, e che può trascinare lo scrittore indipendentemente dalla sua volontà (altre coppie oppostive chiamate in causa, con valore pressoché analogo, sono quella di scrittura apollinea *vs* dionisiaca e quella, ripresa da Wittgenstein, di scrittura della testa *vs* della mano).

Dalla lettura di un sostanzioso numero di articoli giornalistici, opportunamente valorizzati dalla ripubblicazione in volume da parte di Garzanti, risulta come Magris ponga sempre maggiore attenzione al lettore. A lui va incontro, con crescente frequenza, per mezzo di riformulazioni e di spiegazioni contestualizzanti, che invece in anni più addietro venivano tralasciate: per esempio la raccolta *Dietro le parole* (1978) è fitta di rinvii letterari, storici e filosofici che, solo episodicamente chiosati, fidano in un lettore supercolto.

Il ricorso intensivo alla citazione, che già Mengaldo considerava caratteristico del Magris saggista, rimane tale anche nella scrittura giornalistica. Le opere e gli autori citati sono disparati e numerosissimi, tanto che sarebbe qui impossibile rubricarli. Escludendo le citazioni di politici, giornalisti e scrittori occasionate dalle circostanze del giorno, fra i più menzionati, e limitandoci ai pezzi del nuovo millennio, possiamo arrischiarci a ricordare il Sofocle dell'*Antigone*, il Dante della *Monarchia* e della *Commedia*, Brecht, Ibsen, Tolstoj e Manzoni, i cui personaggi vengono chiamati in causa quali incarnazioni di universali comportamentali, come l'ottusità di don Ferrante o il delirio della virtù di donna Prassede. Nella fitta schiera di filosofi che hanno impregnato la cultura e le categorie interpretative di Magris (Bobbio, Croce, Erasmo, Herder, Kant, Moro, Nietzsche, Max Weber ecc.) spiccano i teologi (Karl Rahner, Ratzinger, Scola e molti altri) e frequentissime sono pure le citazioni bibliche: «le Scritture, e specialmente il Nuovo testamento, sono la chiave che più mi permette di capire la vita», ammette d'altronde Magris in una lettera aperta a monsignor Fisichella che lo invitava a non citare passi biblici (*Livelli di guardia*). Il citazionismo, se da un lato testimonia delle sterminate letture dell'autore, dall'altro, lasciato cadere sulla pagina con una certa *nonchalance*, non è esibito e presenta valore argomentativo, permettendo di poggiare ciò che viene detto sul credito degli *auctores*.

Risulta parimenti difficile dar conto di tutti i temi che pungolano Magris al «buon combattimento» paolino e che lo spronano a intervenire sulle pagine dei giornali. Mentre in anni addietro si cimentava per lo più in elzeviri e in segnalazioni librarie – soprattutto dei prediletti autori nordici, scandinavi e mitteleuropei, che ha contribuito a far conoscere in Italia –, più recentemente ha intensificato gli interventi su fatti di attualità (il bullismo e la violenza negli stadi, per esempio), di politica estera e interna (le guerre, la scuola privata, il matrimonio omosessuale, le intemperanze di Berlusconi), o quelli legati a questioni etiche e sociali (l'eutanasia, il perdono). Talune volte in modo esplicito, altre sottotraccia, si riaffacciano inoltre i temi “classici” di Magris: l'identità scissa dell'uomo moderno; la crisi del pensiero unico, che forniva un'immagine unitaria del mondo (già tema conduttore dei saggi raccolti nell'*Anello*

di *Clarisse*); la Shoah; l'insofferenza verso i micronazionalismi; il tema del viaggio e delle frontiere, di vario genere; l'importanza e la difficoltà del dialogo; il possibile conflitto fra leggi positive e valori morali, ovvero le «non scritte leggi degli dèi» in nome delle quali Antigone sceglie la morte; la dialettica fra la pietosa comprensione e la necessità del giudizio, che possono entrare in contrapposizione e ostacolarsi a vicenda (questa era la sottotraccia del primo romanzo di Magris, *Illazioni su una sciabola*).

Lo spostamento dell'interesse tematico verso l'attualità agevola, sempre in prospettiva diacronica, una maggiore vivacità dei toni, ottenuta anche attraverso il ricorso alle prime persone grammaticali e all'aneddoto. Piuttosto pudico a proposito della propria vita affettiva, Magris deriva le schegge autobiografiche dalla sfera sociale e pubblica, semmai con una certa indulgenza verso sorrisi episodi scolastici o quadretti conviviali attraverso i quali egli esce dalla pagina e ci parla da vicino. Anche in questo caso l'aneddoto non è fine a se stesso, ma, sussunto sotto concetti di portata più estesa, svolge piuttosto, ancora, una funzione didattica e argomentativa.

La pressione dei fatti innalza l'espressività del dettato, specialmente nel comparto lessicale. Mentre il ricorso a un formulario colloquiale (*cagnara*, *fare baracca* "far confusione", *pizzicare* "sorprendere", *infischinarsene* ecc.) e alla coniazione neologica, ottenuta tramite suffissazione (*liberaloide*, *radicaloide*, *sentimentaloide*) e composizione (*clima becero-giulivo*, *brutalità anarco-liberista*, *misticismo radical-rivoluzionario*, *assemblee politico-pulsionali*), è riconducibile allo stile brillante tipico del giornalismo, una più individuante marca magrisiana può essere colta nell'aggettivazione perentoria, di segno negativo, incaricata di esprimere lo sdegno dell'autore nei confronti del raccontato. La schiera degli esempi è molto fitta (*aberrante*, *abbietto*, *barbarico*, *becero*, *delirante*, *inaccettabile*, *indecente*, *inqualificabile*, *intollerabile*, *obbrobrioso*, *orrendo*, *fetido*, *ridicolo*, *turpe* ecc.) e può abbassarsi ad alcuni blandi disfemismi (*beota*, *ebete*, *idiota*, *imbecille*, *porco*, *stupido* ecc.); alcuni di questi termini ricorrono con tale frequenza da divenire parole-testimoni dell'epoca che stiamo vivendo, come nei casi di *grottesco*, di *volgare* e dei gettonatissimi *pacchiano* e *pacchianeria*.

Quel che più conta è che la severità di giudizio non cede mai ad arrendismi apocalittici o a vacue rampogne. L'intellettuale umanista, corroborato da energici innesti cattolici, esprime piena fiducia sulla migliorabilità dell'esistente e sulla praticabilità di valori che un'epoca di cieco pragmatismo e di perenne emergenza ha fatto passare in secondo piano, in aggiunta spesso sbeffeggiandoli. Claudio Magris sa bene che migliorabilità significa correzione infinita e non certo risoluzione: come sintetizzato nel binomio *Utopia e disincanto*, che dà il titolo a una sua raccolta di saggi, al primo termine, che deve dare la spinta all'agire, il secondo fornisce il senso del limite. Ma il messaggio è sempre e comunque di speranza, ostinata come quella ginestra abbarbicata alle pendici del vulcano.

## Vitti nu Crozza

di Gianni Turchetta

*Negli ultimi anni, la notorietà di Maurizio Crozza ha assunto dimensioni imponenti, che lo hanno consacrato star della cultura di massa: il suo Crozza nel Paese delle Meraviglie è arrivato a superare i 3.600.000 spettatori. Non si tratta però solo di un fatto quantitativo: il comico genovese penetra capillarmente anche nella Rete e, di più, tocca allegramente la vita quotidiana di moltissime persone, che ne citano battute e imitazioni, attraverso cui filtrano le vicende della politica reale. Sono addirittura i politici stessi a entrare in questa dinamica, arrivando a riprendere le imitazioni crozziane di loro stessi. Non ci sono dubbi: Crozza influenza l'opinione pubblica. Ma forse dire che fa tendenza non significa dire che fa opinione.*

**D**a un po' di tempo il martedì sera, quando su La7, dopo *Otto e mezzo* di Lilli Gruber, vengono messe in onda le pubblicità, in alto a destra sullo schermo compare una specie di timer, che fa il conto alla rovescia, segnalando quanti minuti e quanti secondi mancano alla *Copertina* di Maurizio Crozza, passata da *Ballarò* di Rai3 alla nuova trasmissione di Giovanni Floris, *Di martedì*. È un piccolo, ma significativo segnale. Nella guerra per l'audience, intrecciata con le declinanti vicende dei *talk show*, la presenza di Crozza può infatti essere decisiva. La media dello share del *Ballarò* di Floris negli ultimi anni è stata davvero notevole: 16,5% nel 2011; 13,3% nel 2012; 14% nel 2013. In alcune occasioni, *Ballarò* è arrivato a toccare addirittura uno share superiore al 20%, pari a oltre cinque milioni di telespettatori. Il nuovo *Ballarò* del 2014, condotto da Massimo Giannini sempre il martedì in prima serata, dopo un inizio incoraggiante a settembre, quando era riuscito a superare l'11%, si è attestato su cifre ben più modeste, dalle parti del 5-6%. Ma il nuovo talk show di Floris è partito ben peggio: con un modesto 3,5% a settembre, che a fine novembre (quando è stato scritto il presente pezzo) appare però in crescita. La puntata dell'11 novembre 2014 può ben servire da riferimento: all'inizio della trasmissione, Giannini ha come ospite

Saviano, con il quale arriva fino al 7,9%. Ma dopo un po' scatta in contemporanea anche la *Copertina* di Crozza, con la quale alle 21.26 *Di martedì* arriva fino all'8%. Alla fine della serata, la media dello share di *Ballarò* resta al 5,60% (1 milione e 336.000 spettatori), mentre *Di martedì* sale al 5,55%, comunque ormai quasi appaiato alla vecchia trasmissione di Floris. I numeri parlano chiaro: la *Copertina* di Crozza vale da sola circa il 2,5% di share. I dati relativi al pubblico di *Crozza nel Paese delle Meraviglie* sono pure molto rilevanti, anche se a loro volta in calo: nella stagione da ottobre 2012 a maggio 2013 lo show del venerdì sera di Crozza aveva oscillato da un minimo di 2.149.000 spettatori (share 7,71%) a un massimo di 3.603.000 (12,67%); nella successiva stagione, i risultati medi erano stati molto simili, anche se il picco era rimasto molto al di sotto (a inizio aprile 2.788.000 spettatori, con il 10,11% di share). La nuova stagione, apertasi il 3 ottobre 2014, registra al momento uno share tra 5,81 e 6,64%, pari a circa 1,6-1,7 milioni di spettatori.

Questi numeri, certo molto rilevanti, vanno affiancati alle valutazioni strettamente economiche: la trasmissione di Crozza rappresenta un business approssimativamente di 12-15 milioni di euro l'anno, che dà lavoro a circa cinquanta persone. Ma da due o tre anni Maurizio Crozza è diventato qualcosa di più dei numeri pur imponenti che abbiamo visto, assumendo lo spessore di un vero e proprio *cult*. C'entrano, è chiaro, anche i nuovi media, che *La7* cavalca programmaticamente, caricando su YouTube i video tratti dalle sue trasmissioni, video che a loro volta contano fra le 5.000 e le 400.000 visualizzazioni ciascuno. Bisognerebbe inoltre tenere conto della folla di persone che si prendono la briga di commentare i video di Crozza su YouTube anzitutto, e poi su infiniti altri blog e pagine web. In questo modo la sua satira inonda sistematicamente i social media, dove l'hashtag di *Crozza nel Paese delle Meraviglie* è da tempo insediato fra i cosiddetti *trending topics*, così che le sue battute vengono "cinguettate" senza sosta da un indirizzo all'altro. Capace di agganciare gli umori, i sentimenti, le idee di un pubblico al tempo stesso di massa e ramificato, Crozza fa insomma tendenza, ed entra così anche nel nostro privato, insinuandosi nei modi di dire e nei comportamenti. Sono ormai in

moltissimi a confessare di non uscire più il venerdì sera, perché preferiscono guardare la puntata di *Crozza nel Paese delle Meraviglie*. E sempre più frequenti sono i fenomeni, pubblici e privati, di uso di espressioni e modi dei personaggi imitati, e reinventati, dal comico genovese. Per esempio il 9 dicembre 2012, all'uscita di un vertice del PdL, Formigoni prova a far fare ai giornalisti una gag di Crozza che lo imita; il comico commenta subito: «Formigoni imita me che imito lui. È teatro dell'assurdo». In quello stesso periodo, l'allora allenatore della Juventus e ora CT della Nazionale Antonio Conte dichiara: «La cosa che mi fa arrabbiare di più è sentire mia moglie che imita Crozza... lui mi deve offrire una cena, grazie a me è aumentata la sua popolarità». Roberto Giacobbo, conduttore di *Voyager*, ferito dalla bruciante ed esilarante satira di Crozza con *Kazzenger*, cambia registro e si fa più serio e prudente; commenta Aldo Grasso: «Devo ricredermi. Tempo fa avevo scritto che le parodie non servono a niente, che la beffa è una nuova forma di celebrazione, che lo sberleffo ringalluzzisce il deriso» («Corriere della Sera», 6 agosto 2014). Gli esempi potrebbero andare avanti a lungo: un'amica docente racconta per esempio di riuscire a interessare alle lezioni di Educazione civica i suoi studenti delle medie perché impiega frammenti degli sketch di Crozza. E chi scrive ha ormai perso il conto delle persone che riprendono i tormentoni del senatore Razzi in versione Crozza (specie nelle sequenze con la telecamera nascosta): «No, questo non lo credo», «Amico caro», «Da' retta a me...», «È tutta malvivenza, è tutto senza controllo, è tutto illegittimo», fino al "classicissimo", esemplarmente italico *Leitmotiv* «Fatte li cazzi tua».

Il fenomeno Crozza viene da una formazione teatrale serissima, allo Stabile di Genova, dove ha avuto come maestro Gian Maria Volonté. Dopo avere a lungo lavorato con i Broncoviz, insieme fra gli altri a Carla Signoris, con la quale è sposato dal 1992, Crozza raggiunge la popolarità *mainstream* con le sue imitazioni in *Mai dire gol*, dal 1996 al 2000: fra le quali brillano quelle, memorabili, di allenatori come anzitutto Arrigo Sacchi, poi Serse Cosmi e Franco Scoglio. Dopo avere lavorato a *Quelli che il calcio* dal 2001 al 2004, il 25 aprile 2006 esordisce su La7 con *Crozza Italia*, il suo primo *one man show* televisivo, che dura fino al 2009, e sarà segui-

to dal 2011 al 2012 da *Italialand*. Con il 2012 prende avvio *Crozza nel Paese delle Meraviglie*, che lo consacra definitivamente, e per il quale ha firmato con Cairo nel 2013 un contratto fino al 2016. Intanto, dal 2007 gli è stata affidata su Rai3 la *Copertina di Ballarò* di Floris, che, come visto, si è ben guardato dal lasciarlo alla concorrenza quando l'estate scorsa è passato a La7.

Difficile analizzare nei dettagli lo straordinario talento di Crozza, e la sua severa, quasi maniacale professionalità, ribadita anche nei momenti in cui sfrutta le risorse della sprezzatura: come quando si lascia trascinare irresistibilmente dalle risate, insieme alla spalla Andrea Zalone; o quando sbaglia l'intonazione di una canzone; non ricorda o finge di non ricordare qualcosa; o pare confondersi nel passare dall'imitazione di un personaggio a un altro non previsto in quel contesto, con effetti esilaranti. Per il resto, Crozza alterna con ritmo frenetico (meglio valorizzato quando la trasmissione viene accorciata, come nell'ultima versione) i monologhi critico-satirici al virtuosismo mimetico delle imitazioni, quasi sempre felicissime; ma anche canta, con una voce invidiabile specie nei timbri baritonali, e persino balla. Tuttavia Crozza è un attore, non un improvvisatore: nelle copertine dei programmi di Floris usa anche il gobbo, e se qualcuno lo interrompe appare talvolta in difficoltà. Anche Zalone sottolinea che Crozza non è un cabarettista: «Tutto quel che dice è scritto». Però, quando gli autori gli sottopongono i testi, improvvisa su quelli, li fa scrivere e riscrivere, facendoli elaborare molte volte, e li modifica a sua volta, in modo perfezionistico, quasi ossessivo. I testi nascono così da serrate discussioni, di ore e ore, a partire dalle notizie di attualità: «Alla quinta ora cominciamo a cazzeggiare. E cazzeggiando viene fuori di tutto». A quel punto, Crozza si appropria dei testi, immedesimandosi completamente nei personaggi. Certo, la sua forza dipende moltissimo dai suoi autori, numerosi e di grande qualità. Al momento, i principali sono sette: il citato Andrea Zalone, Alessandro Robecchi, Francesco Freyrie, Alessandro Giugliano, Vittorio Grattarola, Claudio Fois, Luca Restivo. A questi si aggiunge più o meno stabilmente Luca Bottura. Altri collaborano meno regolarmente, o hanno collaborato e poi lasciato: Federico Taddia, Stefano Andreoli, Martino Clericetti, Stefano Disegni, lo stesso Mi-

chele Serra. Al lavoro degli autori va aggiunto quello dei tecnici, fra i quali spiccano i montatori dei siparietti dove Crozza interpreta simultaneamente più personaggi: specie Bossi e Maroni, cui si aggiunge Berlusconi. Nella puntata del 28 novembre il virtuosismo di Crozza e dei suoi tecnici ha raggiunto vertici inauditi, arrivando a mettere insieme ben cinque personaggi: Brunetta e Formigoni, che aspettano la cena, dove arrivano prima Bossi e poi Berlusconi, per incoronare Matteo Salvini, alias “tombini di ghisa”, nuovo leader del centro-destra, votato come il concorrente di una gara televisiva. Memorabile, nella puntata del 23 ottobre, anche l’incontro di Renzi e Berlusconi, insieme in un cinema porno per stipulare nuovi accordi; ecco solo due battute dello pseudo-Renzi: «La mia vita senza Twitter sarebbe come la tua senza processi»; «Brunetta ha la stessa utilità dei fiori di Bach per curare l’Ebola». Il guizzo della battuta ha, è chiaro, un’importanza fondamentale, e condisce fittamente i discorsi dei personaggi, e più ancora i corrosivi discorsi del comico autorevolmente monologante, che a tratti riprende a imitare, come nelle copertine per Floris: «Parlare di precari a un sindacalista è come parlare di mp3 a Mozart»; oppure, Renzi e Obama sono «Barak e burattino»; e Renzi tra i leader del G8 «Era naturale come Al Bano tra i Pink Floyd». Ma il cuore della comicità di Crozza risiede anche, e forse soprattutto, nei *frames* narrativi creati con i personaggi imitati, trascinati nei loro tic, nelle loro espressioni ricorrenti, nei modi, nelle posture fisiche e ideologiche, fino ai confini del surreale, ma proprio così rivelatori di un assurdo troppo vero per essere ignorato. La galleria delle parodie, straordinariamente ricca, alterna personaggi imitati con un travestimento accurato, con pochi elementi emblematici (i denti di Renzi, il sigaro di Bersani, gli occhiali, la folta capigliatura e i baffi di Razzi) o solo con la voce: sono prevalentemente politici, ma anche imprenditori, personaggi dello spettacolo e dell’*entertainment* di massa, sportivi, qualche intellettuale. Difficile non ricordare il Presidente Giorgio Napolitano («è con viva e vibrante soddisfazione»), con i suoi corazzieri (che Razzi confonde con i «carrozzieri»), e naturalmente Silvio Berlusconi (atroce memorabile la scenetta della sua prima volta alla Sacra Famiglia di Cesano Boscone). Inesauribile, e assai divertente, è la gara di metafore colorite intrapresa da anni

con Pierluigi Bersani, a cominciare dal *refrain* «Dobbiamo bere quest'acqua qua!»; «Quando un funambolo si stufa, mica taglia la corda»; «Oh, ragazzi, siam mica qui a mettere i pannelli fotovoltaici alle lucciole»; «Oh ragazzi, siam pazzi? Siam mica qui a pettinare le comete...» (che venne anche stampato sulle magliette per la campagna elettorale 2013 di Bersani), e l'ancora più celebre «Siam mica qui a smacchiare il giaguaro», ripreso ancora da Bersani stesso dopo la vittoria di Pisapia alle comunali di Milano 2011: «Abbiamo smacchiato il giaguaro!». E ancora ricorderò, raggruppati a spanne per generi e prospettive politiche, politici di sinistra come Nichi Vendola, Antonio Ingròia (che ebbe a commentare: «Crozza non lo sopporto più»), Walter Veltroni; o i sindacalisti Maurizio Landini e Susanna Camusso (quasi sempre in coppia), rappresentati come irriducibilmente attardati. Politici di destra come il citato Brunetta o Angelino Alfano; ma anche professionisti e imprenditori come Sergio Marchionne, Flavio Briatore, Luca Cordero di Montezemolo, Niccolò Ghedini. Sospettato a lungo di non toccare l'amico e conterraneo Beppe Grillo, ormai da tempo Crozza ne ha prodotto una caricatura feroce, cui si affianca quella di Gianroberto Casaleggio, estaticamente proteso in profezie deliranti. Possiamo poi ricordare intellettuali, studiosi, giornalisti: come Massimiliano Fuksas, diventato l'architetto Fuffas, Antonino Zichichi, Alan Friedman, Gigi Marzullo, usato a lungo «come un format» (parola di Crozza) per interviste con politici veri. E ancora personaggi dello spettacolo come Antonio Banderas (impegnato in pubblicità a inequivocabile sfondo sessuale per il Mulino bianco) o Vasco Rossi; o ancora figure a vario titolo note, come lo chef Joe Bastianich, rappresentato in un *Masterchef* tarocco di inaudita crudeltà, ma anche l'ultrà napoletano Genny 'a carogna, o il capomafia immaginario del *Padrino*, Don Vito Corleone. Un bersaglio costante, come già accennato, è Roberto Giacobbo, con le pillole di pseudo-sapere, dai modi insieme stentorei e interrogativi, arruffoni e scandalistici, di *Kazzenger*: «Sotto Cinisello Balsamo hanno trovato i resti della città che c'era prima: Cinisello Shampoo!»; «Reality e Sacre Scritture: davvero l'Ultima cena era la puntata-pilota di Masterchef?»; «La velocità della luce, di quanto diminuisce sulla Salerno-Reggio Calabria?»; «Se lo spazio è curvo, che mensole metti?».

Di grande efficacia e insieme di grande rispetto è la parodia di papa Francesco: memorabile, fra le altre, la scena in cui Bergoglio porta sulle proprie spalle il frigo alla vedova Crocetti che ne è rimasta priva, percorrendo a piedi l'interminabile Salaria. Fra i personaggi scoperti di recente, si è guadagnato subito un posto di spicco Massimo Ferrero, "er viperetta", imprenditore prima delle caciotte e poi del cinema, diventato padrone e presidente della Sampdoria, che «ha tante idee, solo che escono tutte insieme e producono un effetto tamponamento sull'autostrada». Ferrero, come Razzi, apre la strada a una comicità di parola fondata sulla sottolineatura e sulla fantasiosa invenzione di errori di lingua e manifestazioni di crassa, inconcepibile ignoranza. Si pensi a una piccola perla come «il sindaco di Genoa si chiama Doria», o al memorabile intercalare di Ferrero all'intervistatore: «me la fai dirmela?». Antonio Razzi è il campione di questo genere di comicità: confonde per esempio export ed escort, titanico e anti-tetanico, fake e fica, corazzieri e carrozzieri, obnubilato e nubilitato («si può fare una torta con lo sportello di lato, come le vasche per gli anziani»), suggerisce di «prendere un volo Lacoste», ricorda «i tre Re Magi, Gasparri, Marchionne e Baldan Bembo». E certo Razzi, che incredibilmente esiste davvero, e, come Ferrero, nella realtà riesce a gareggiare persino con la parodia, è una delle invenzioni più efficaci e felici di Crozza e della sua squadra, capace di sintetizzare in un simbolo di folgorante evidenza l'italico individualismo e l'uso privatistico delle cariche pubbliche: «L'Italia è una Repubblica democratica fondata sul fatte li cazzi tua». Tra i passaggi memorabili delle pseudo-interviste di Zalone con Razzi c'è solo l'imbarazzo della scelta: «Esci dall'Euro per conto tuo»; «Fatti una cabina elettorale a forma di bancomat»; «La Svizzera non è come l'Italia, che è proprio un rovinatoio naturale» (a proposito di Pompei); «L'Europa è bella, ci sono stato, però non ci vivrei». O si riveda questa travolgente, delirante sequenza: «Prenditi un camion di donne indonesiane con le dita piccole, ti fai fare i tortellini di notte, al posto del ripieno ci metti i feltrini dei tavoli, e li rivendi in Indonesia e ci fai un sacco di grana, tanto di tortellini non capiscono un cazzo».

Ormai da parecchio tempo, Crozza però non si limita a far

ridere, o a mettere in luce coloritamente i vizi e gli orrori dell'Italia di oggi: come abbiamo visto, ci sono persino politici che lo imitano. Il giornalista Jacopo Jacoboni («La Stampa») ha coniato il neologismo “crozzismo”, proprio per parlare di quei politici che, imitati da Crozza, si appropriano della sua satira e cercano di usarla a proprio vantaggio per influenzare l'elettorato: anche e proprio col mostrarsi aperti e democraticamente tolleranti nei confronti degli sfottò. Il caso di Bersani è emblematico, ma tutto sommato innocuo, oltre che ilare; ma in generale non è rassicurante il fatto che i politici imitino i comici. È poi ovviamente anche accaduto molte volte che i politici se la siano presa con Crozza, arrivando talvolta alla querela. Un paio di episodi rilevanti: nel 2011 Crozza ribattezzò Berlusconi “Al Tappone”, e, dopo la sconfitta disastrosa nei referendum, l'allora premier si lamentò, addirittura in un Consiglio dei Ministri, che il crollo dei consensi era «colpa di *Annozero*, di *Ballarò* e di quel Crozza su *La7*». Antonio Di Pietro, dal canto suo, dopo un monologo del comico genovese nel novembre 2012, lo accusò nientemeno che di «killeraggio [...] per conto del padrino politico di turno».

Evidentemente, il fenomeno Crozza influenza, in modo soft ma costante, la vita politica italiana. Tuttavia non pare agevole, né utile, attribuirgli un ruolo di *opinion maker*, al quale onestamente e dichiaratamente non aspira: egli si definisce senz'altro un «guitto», e ribadisce di essere «un cazzone» (parole sue), disadatto a qualsiasi avventura politica. Il suo atteggiamento permanentemente antagonista lo ha fatto a un certo punto accostare al Movimento 5 Stelle: al quale tuttavia ormai da tempo non risparmia critiche feroci. Intendiamoci: non che il comico non sia ideologico; al contrario, ogni battuta appare evidentemente sorretta da valori e opinioni sul mondo. Ma il modo comico di metterli in scena non smette di essere costitutivamente ambiguo. E anche per Crozza è certo così. Nella comicità, nel suo gaudioso mistero, c'è sempre una rivelazione del mondo, una piccola epifania. Ma rivelare dissacrando è tutt'altra cosa dal rivelare consacrando, e per questo il comico non funziona bene su nessuna bandiera.

## I “bei donnini” della Littizzetto

di Luca Gallarini

*Il modello femminile proposto da Luciana Littizzetto nei suoi libri va verso una riappropriazione del principio di realtà nella rappresentazione della donna: contrapponendosi polemicamente alle “damine perbene” della linea Marchesa Colombi-sorelle Parodi, i “bei donnini” della Littizzetto espongono le proprie imperfezioni con schiettezza e umorismo; la determinazione con cui affrontano problemi e sconfitte del quotidiano è, anzi, un tratto distintivo. Nella relazione con il partner le protagoniste assumono un ruolo paritario e spregiudicato, consapevolmente rassegnate a convivere con i propri e gli altrui difetti.*

**T**anti anni fa il modello era quello, sobrio e didascalico, della benemerita *Tu donna* (1969), l'enciclopedia Fabbri per la donna «modernamente partecipe» della vita moderna; oggi, invece, è l'ego patinato di casa Rcs («Io donna») a riassumere in un pronome il diritto di lei all'autonomia a tutto campo: esistenziale, affettiva, professionale. Il passaggio dal vecchio “tu” un po' Tarzan all'“io” libertario conosce sfumature infinite, e molteplici – ma di norma poco originali – sono le declinazioni pubblicitistiche dell'istanza di emancipazione. Perdura ai giorni nostri il galateo à la Marchesa Colombi (*La gente perbene*, 1877), nella variante democratica delle sorelle Parodi, che hanno soppiantato il *bon ton* salottiero delle Sotis o Donne Letizie (Cristina), e promosso i surgelati a buona cucina (Benedetta). Le riviste *pour elle*, dal canto loro, sfornano fantasie occupazionali a base di *art* e *fashion*, per tacere dell'immaginifico *startupper*.

Un ritorno non alla caverna ma al principio di realtà è offerto – a lei e ai lui curiosi del mondo di lei – dai libri di Luciana Littizzetto, la quale, bisogna dirlo, non perde occasione di ricordare alle «damine perbene» là fuori che non sempre, anzi quasi mai, *Sei perfetta e non lo sai* (Cristina Parodi, Rizzoli 2014). Sa benissimo, la nostra Littì, che «rendersi incantevole è un lavorac-

cio», e che quando «si è soli sul cuore della terra trafitti da un raggio di sole, è subito... herpes» (*Sola come un gambo di sedano*).

Le disavventure quotidiane non le hanno comunque impedito di scalare le classifiche di vendita e, soprattutto, la scrivania di Fabio Fazio (*Che tempo che fa*), fino a sovvertire il cliché sessista per eccellenza: la segretaria preda indifesa del capufficio. Dal pulpito di Rai3 o, per meglio dire, semisdraiata sulla plancia di un Fazio che nulla più comanda, tutte le domeniche Luciana commenta «gli aspetti privati delle faccende pubbliche e quelli comuni delle nostre vite private» (*Rivergination*). Per i fortunati che vivono sotto la Mole, l'appuntamento è anche in edicola: su «Torino-Sette», il magazine della «Stampa», la poliedrica Litti tiene al venerdì una rubrica tutta sua, *Il pensiero debole*. E dal 2001 pubblica per Mondadori, a cadenza più o meno biennale, volumetti che riassemblano, secondo una formula ormai consolidata, i testi scritti per giornali e tv: duecento pagine, una vaga scansione temporale (da Natale alle vacanze, dalla solitudine alla convivenza), pezzi brevi e intensamente umoristici.

Una siffatta disinvoltura mediatica, che vanta sortite pure in radio, su grande schermo e dvd (i *Che Litti che Fazio* del 2007 e del 2010), è resa possibile e credibile dalla coerenza ventennale, quasi da matrioska piemontese, delle maschere littizzettiane: la Lucianina alla corte di Fazio è la versione matura, evoluta e agguerrita – ma in fondo sempre un po' “balenga” – delle Lolite, Ciao Ciciu e Minchia Sabbry che affollavano la periferia torinese degli esordi. «Dopo anni di sbattimenti, spettacoli nelle bettole e trasmissioni ineditabili (in tutti i sensi)» spiega l'autrice nell'*Intro* della prima silloge mondadoriana «le cose sono cambiate. Le persone giuste si sono accorte finalmente di me e adesso moltissimi apprezzano il mio talento. Da imbecille a genio. Ma io non mi sento affatto cambiata.» Chi parla, scrive o recita, insomma, è sempre la solita “nana di Cit Turin”, che ogni tanto fa cinema e ogni tanto, come dice sua madre, *fa tant cine*, cioè fa storie, brontola e si arrabbia come tutti. La dote prodigiosa della “catarsi comica”, il diritto a commentare le pazzie del comportamento umano («adesso mi capitano le cose più strane, [...] mi si chiede il parere su qualsiasi cosa», *Sedano*), le viene riconosciuto proprio in virtù del

fatto che l'*Italian star* (così si presenta nell'appello a Bill Gates in *La Jolanda furiosa*) non dimentica mai di essere figlia di un lattaio, una ex "profia" di Lettere in scuole sgarrupate e, come ricordano Gino e Michele nella prefazione a *Ti amo bastardo!* (Zelig Editore, 1998), un'artista che si è fatta le ossa nei teatrini di provincia.

Nulla di più lontano dall'altra nana dell'immaginario collettivo, la Carrie bassotta di *Sex and the City*, che propone una "Walterschauung" (*I dolori del giovane Walter*) sì disinibita ma solida e concreta come il castello di Biancaneve: vive curando una rubrica settimanale, indossa scarpe Manolo Blahnik, perdona Mr Big dopo che lui l'ha abbandonata sull'altare. Questo per dire che non è necessario assistere al rito domenicale officiato da Fazio, per apprezzare la comicità lucianesca: i lettori danno credito alla voce narrante in forza di un confronto spontaneo con i modelli di femminilità desunti dai media. Tanto più che la scena televisiva tende forse a sbilanciare la satira della Littizzetto sul versante politico, a privilegiare lo sberleffo ai referenti parlamentari e pubblici del conservatorismo, nonché ai censori in agguato a viale Mazzini, quando in realtà la sua verve di *opinion maker* si esercita al meglio sulle piccole ipocrisie della vita quotidiana, slegate dalle contingenze polemiche. L'apostrofe irriguardosa al Potere (l'*Emineeeeeems* rivolto all'ormai quasi dimenticato Camillo Ruini) dura lo spazio di una stagione politica; un "piria" al maschio di turno è buono invece per tutte le stagioni.

I Berlu(sconi), Gianfry (Fini), Mont(i) Blanc e Giò(vanardi) tratteggiati dalla penna di Litti sono figurine di contorno, già sbiadite dal tempo e schiacciate dal protagonismo dell'io che racconta, un io che non è sufficiente definire "donna", perché rivendica l'appartenenza esclusiva a una sottocategoria tradizionalmente negletta, quella dei "bei donnini": coloro che, pur avendo ricevuto in sorte un fisico da "cane volpino", affrontano con spirito pugna le difficoltà dell'esistenza.

Il bel donnino non nasconde ai donnini coetanei che «per gli uomini è diverso, perché con l'età guadagnano punti», mentre «noi donne più diventiamo vecchie e più diventiamo grasse»; niente lacrimucce, però: semmai, una pacata rassegnazione («siamo noi che bacciamo i rospi e quelli diventano principi. Non il

contrario, purtroppo», *Sedano*) e qualche sacrosanta ripicca. Alle Carle Bruni che lamentano infanzie da ranocchio o delusioni intellettuali per colpa di allupati corteggiatori, Luciana non perdona nulla: facile la vita, troppo facile per loro che sono «nate gnocche» o «nate ricche» o entrambe le cose (*Madama Smetterflay*). Tuttavia il terreno della riscossa è un altro: quello dei rapporti con lui, il maschio che fu dominante e ora è socio alla pari di una *partnership* equilibrata, laica e, se sarà il caso, a tempo determinato («ti posso giurare che ti amerò più che posso, ma non per sempre», *Sedano*). Sta qui, nella proposta di un romanticismo serenamente anarchico ma non sovversivo, il contributo della Littizzetto al dibattito odierno sulle relazioni tra i sessi: «Io voglio rimanere una donna normale. Che non si fa mettere i piedi in testa ma sa tollerare. Invece adesso serpeggia tra il gentil sesso 'sta mania della rivincita. Vogliamo avere sempre ragione. [...] Non essere felici» (*Col cavolo*).

Perché normalità si sposi finalmente con felicità bisogna rinnovare il concetto stesso di famiglia, estirpando alla radice un'ipocrisia propedeutica alle corna: l'istituto del matrimonio. Non più marito, il lui che sta con lei potrà allora assumere nuove diciture: scartate le etichette da tempo delle mele («ragazzo», «compagno»... di scuola) e le denominazioni volgari («il mio uomo lo usa solo Carmen Russo»), vetuste («compagno»... di partito) o ideologicamente incoerenti («fidanzato»), Litti ripiega sull'eterofilo *boy* (*Col cavolo*). Senonché *nomina sunt consequentia rerum*: *boy* evoca suggestioni peterpanesche («tu a volte ritorni bambino» cantava Arisa a Sanremo «ti stringo e ti tengo vicino»), fantasie regressive diffusissime in un'epoca come la nostra, in cui il ricambio generazionale procede a fatica. Nel nido di Luciana vige un matriarcato *soft*, rispettoso delle esigenze di un maschio bambolone. Se moglie è oggi «nome comune di cosa», e l'orologio biologico funziona sì e no («quando mi piglia il solito tramestio ormonale, mi ripeto la vecchia storia della signora di Viterbo che ha partorito a sessantatré anni», *La principessa sul pisello*), lei sarà materna nei confronti di lui, sarà una madre affettuosa ma all'occorrenza bella tosta, una «concubina-cuoca» che sbuffa, comprende e lascia correre... entro certi limiti. Non stupisce, quindi, che le *silhouettes* maschili siano caratterizzate da un infantilismo psichico disarmante: lui

è un «piedone puzzone» («adora pastrugnarsi le estremità, dito per dito»), si fa comperare le mutande dalla mamma biologica («perché lei sa») e compatire da quella adottiva («Lu? Ho deciso. Mi compro un fucile ad aria compressa per sparare ai piccioni»), mangia solo schifezze («più sono luride e più gli piacciono», *Rivergination*), vive di PlayStation e di mali immaginari («i maschi hanno la solidità psicologica di un crème caramel», *Walter*), «fa *brum brum*» con la crosta della pizza (*Principessa*).

Inutile però attendere aristocratici pretendenti su destrieri immacolati. Nessun principe azzurro, spiega Litti, citofonerà al portone o posteggerà il cavallo bianco di lato al cassonetto (*Principessa*): «sappi che non ci sarà mai quello giusto, quello perfetto» (*Walter*). E per scacciare le paturnie, nel momento in cui ci si scopre «sconfinatamente single», non servono i fiori di Bach: basta osservare i «trogloditi» al seguito di mogli e fidanzate (*Principessa*). Ciò che conta, alla fine, è raggiungere un punto di equilibrio tra la ricerca del meno peggio («è la materia stessa del maschio, ad essere scadente», *Walter*) e la consapevolezza dei propri e altrui difetti. Questa è la morale che Luciana somministra ai «donnini ebeti», alle ingenuie Shahrazād che inseguono il primo Sultano capitato a tiro, per poi pentirsene amaramente (*Principessa*). Si tratta di figurine appena abbozzate, semplici nomi in trasferta dalle vignette della «Settimana enigmistica» (Linda, Elvira, Rosadele, Milly, Bice, Clotilde). Su tutte campeggia Molly, «la duchessa di Windsurf», l'amica masochista e grulla che «preferisce mal accompagnarci piuttosto che stare da sola» (*Col cavolo*).

Lo spazio concesso ai cuori spezzati tende in realtà a restringersi di libro in libro, man mano che aumentano la risonanza mediatica della narratrice-protagonista e la sua naturale inclinazione a occupare il centro della scena, nonché il «rischio di usura insito in un repertorio fatalmente circoscritto» (Elisa Gambaro, *Tirature '09*). Così come sfuma in secondo piano l'altro comune denominatore dei primi titoli: la fenomenologia della noia, l'«uffa» delle domeniche passate alla Casa del Mobile (*Col cavolo*). Nessuna palinodia, sia chiaro, nessun dietrofront conformista: a imporre un cambio di rotta alla barchetta che «veleggia giuliva nel mare aperto del “per sempre”» (*Principessa*) è una forma di

maternità surrogata, la decisione cioè di prendere due bambini in affido. Ne deriva un’assunzione di responsabilità che salvaguarda il rifiuto del matrimonio e la scelta di non avere figli (o l’impossibilità) da qualsiasi sospetto di individualismo edonistico, e che risulta immune dal narcisismo fuori tempo massimo delle gravidanze di «nonna Nanni» («Giannona [Nannini]? Ti ricordo solo che hai cinquantotto anni», *Madama Smetterflay*).

Luciana e il suo «Godzilla» Davide si propongono come una coppia moderna e spregiudicata, ma tutt’altro che insensibile ai bisogni più o meno espliciti del consorzio civile di cui fanno parte. Ce lo conferma indirettamente, nella *Jolanda furiosa*, la presa di distanza dall’ipotesi di una copertura sanitaria nazionale per cani e gatti, simbolo delle nevrosi affettive di un Paese in stallo demografico, dove i *Gatti castrati che vivono al massimo* è il titolo di un seguitissimo gruppo facebook, e la propaganda politica si affida ai *Gattini per Civati*: «Io sono una cagnara accanita» scrive Litti «ma una mutua per le bestie mi sembra una follia».

*Lonely at the top*, Luciana non ci è arrivata: dopo anni passati a controllare se il «principe era azzurro o tendeva al verde rosso», ha raggiunto sia la vetta del successo che un centro di gravità sentimentale. Con la complicità sorniona di Franca Valeri, «signorina perbene» di estrazione socioculturaltemporale antitetica, ha poi riassunto l’esperienza dei suddetti mille baci ai batraci in *L’educazione delle fanciulle* (Einaudi, 2011), un gustoso «inventario dei comportamenti tipici di maschi e femmine», osservati da prospettive che più diverse non si può. E l’opposizione, a ben vedere, è anche geografica: Franca – ci fa notare il risvolto di copertina – è nata a Milano ma vive a Roma, Litti rimane fedele alla natia Torino. Una città che s’incontra sui libri di scuola e sulle spiagge della Liguria, una piccola metropoli in crisi d’identità nell’Italia duemillesca: in altre parole, un’alternativa straniante al solito duopolio milanese e romano.

Alla fine di ottobre (2014), Luciana Littizzetto ha compiuto cinquant’anni: verrebbe da chiederle, citando un film di Aldo Giovanni e Giacomo, se sia felice. Ma crediamo di sì.

## La Giovane Marmotta Severgnini

di Giuliano Cenati

*Il didascalismo ludico di Beppe Severgnini si è riversato in oltre venti volumi dove si amplifica il discorso giornalistico condotto sulle pagine del «Corriere della Sera» e del forum «Italians». Lo scrittore vi conduce un' esplorazione dell'immaginario quotidiano, a partire dalla disamina degli stili di vita e dei consumi. Le tematiche del viaggio e del genio nazionale sono i fili conduttori lungo i quali Severgnini dipana una sua fenomenologia della classe media, con molta bonaria ironia e confortante indulgenza. La sua rivisitazione del selfhelpismo ottocentesco si distingue per i toni di colloquiale ridevolezza, incoraggiando la convinzione che il presente, per lo meno dell'uomo occidentale agiato, sia uno dei posti più morbidi dove mettere il naso.*

**L'**alacrità di Beppe Severgnini, classe 1956, ha saputo produrre oltre venti volumi, dal 1990 sino a oggi: inchieste sul carattere nazionale di inglesi, americani, italiani; libri di viaggio, sul viaggio, sui turisti e viaggiatori italiani; una mezza autobiografia; corsi umoristici di lingue, italiana e inglese; saggi sulla condizione socio-esistenziale della tifoseria interista; manuali sulle tendenze del costume e della convivenza associata contemporanea. La dimensione didascalica accomuna simili opere; si propongono di raccontare il mondo vero, attuale, nostro e limitrofo; scandagliare le minuzie del quotidiano, perché lì si celano le verità più autentiche, o almeno quelle più istruttive e divertenti. Il piglio amichevole e meditativo, il tono faceto e intento contraddistinguono il didascalismo di Severgnini e rendono i suoi libri opere apprezzate e lette dal pubblico, che ha imparato a riconoscere il giornalista-scrittore dalle pagine dei quotidiani e periodici per cui egli ordinariamente verga le sue riflessioni sull'attualità più ovvia e ineffabile. Scoperto al giornalismo da Indro Montanelli, verso cui manifesta costante devozione, è diventato una colonna portante del «Corriere della Sera», una quinta colonna dell'«Economist» e del «New York Times», il seguitissimo titolare del forum digitale

«Italians», e non manca di seminare tra le sue pagine più spicchiole e disinvolte indizi delle iniziative accademiche di cui è protagonista. Il riconoscimento universitario attesta, insieme con le frequenti citazioni dei capisaldi culturali più istituzionali e rispettabili, quanto poco frivolo voglia apparire il racconto giornalistico di Severgnini, nonostante la sua metodica leggerezza.

L'io scrivente tratteggiato dalla letteratura di Severgnini, in linea di massima, appare simpatico, cordiale, genuino, figlio di buona famiglia lombarda, capace di realizzare i propri talenti più notevoli, quelli per la scrittura e il giornalismo, malgrado i desideri divergenti dei genitori in proposito, e di ricavarne motivo di affermazione professionale e di successo internazionale. Frequenta assiduamente ristoranti, ricevimenti e agenzie di viaggio, ma si concede anche visite a benzinai e corniciai per capire dalla viva voce del popolo come funzionano le cose. È uno che ha cominciato in un seminterrato di Londra, e quando viene inviato a Washington per un soggiorno annuale non fa a meno di portare con sé quadri e tappeti, per dimostrare di essere un «europeo sofisticato» (*Un italiano in America*, 1995). C'è molto buon *understatement* in lui, ma vien da pensare che quadri e tappeti se li porti davvero appresso. Baldo erede del «solferinesco lepore» *d'antan*, Severgnini adotta per programma l'ironia e l'autoironia quali registri predominanti del suo discorso di edificazione ludica. In termini pressoché saggiistici, pone se medesimo al centro del campo d'osservazione, alle prese con il mondo da scoprire. La compiaciuta borghesità dell'io scrivente è elevata a misura dell'intera società di massa e funge da specchio della classe media vocata al consumo, con cui Severgnini intrattiene un colloquio elettivo.

È presupposta l'identificazione del lettore con il suo autore, sulla base di un'origine e una prospettiva comune, nazionale e culturale, cosicché le reazioni dell'io severgninico alle cose e alle conoscenze possano risuonare familiarmente al lettore stesso, rivelare un'affinità elettiva con lui, uno sfondo indubitabile di senso comune condiviso, e insieme tracciare un percorso di formazione attraverso la prassi: vissuta, con qualche approssimazione e grossolanità, dal protagonista-autore e rielaborata, con acuto e brillante comprendonio, dall'autore-protagonista. Se la concatenazione

autoironica tra errore pratico e riscatto conoscitivo costituiva il fulcro della credibilità e della cordialità di Severgnini nei libri più giovanili, l'attestazione ammiccante delle proprie inadeguatezze da parte dell'autore si è andata ridimensionando con l'avanzare dell'età e l'irrobustirsi della rinomanza culturale conseguita, a favore delle enunciazioni di principio professate. Cosicché da ultimo, nei libri più recenti, al metodo dell'autoironia maieutica si è venuto sostituendo gradualmente un approccio informativo-formativo un po' meno ridevole e un po' più assertivo, per quanto articolato sempre secondo modulazioni di discorso svelte e vivaci: tale si mostra soprattutto in *Italiani di domani* (2013) e *La vita è un viaggio* (2014). Ora l'ironia, come sempre benevolmente urbana, è orientata su persone e fenomeni, piuttosto che sull'io protagonista intento a misurarsi con le loro manifestazioni e abnormità. Lo sdegno e la riprovazione, che non mancano pur restando ben lontani dal procurare sangue amaro all'io scrivente, sono espressi con una illibatezza linguistica degna di un'anima pia. Senz'altro l'io severgninico rimane anche oggi saldo al centro del testo, come fonte di cognizione e giudizio autorevole, centro gravitazionale di relazioni e rivelazioni: ma proprio in quanto penna di punta del giornalismo italiano, forte dell'aura autoriale multimediale e dei traguardi raggiunti, anziché della propria «lunga inesperienza» (come recita *Un italiano in America*) tramutata in occasione di conoscenza e racconto.

Nonostante i soggiorni e le inclinazioni anglosassoni, l'io severgninico si guarda bene dall'indulgere al *politically correct*, che anzi gli capita di denunciare come contorsionismo lessicale inellegante: con ciò, corre il rischio di confezionare qualche motteggio desueto, ma è ben disposto a pagare questo prezzo in nome del suo risoluto moderatismo. Per esempio nella partizione dei ruoli di genere, abbiamo a che fare con maschi e femmine convintamente eterosessuali, accanto a cui ammettere solo eventuali eccezioni: «Lui parla, e sa di tenervi prigionieri; voi lo ascoltate, e mentalmente cercate una via di fuga. Le ragazze, per farlo tacere, possono baciarlo. I maschi non hanno neppure questa possibilità. Salvo eccezioni, naturalmente» (*Manuale dell'uomo sociale*, in *Manuale dell'uomo normale*, 2008). Ancora nel libro sull'esperienza

statunitense (*Un italiano in America*), della popolazione nera di Washington, una delle città più nere degli Usa, unici rappresentanti sono giovani netturbini dei quali è sottolineata la probabile poca voglia di lavorare.

La relazione che l'io scrivente instaura con il lettore – bianco, eterosessuale, di preferenza benestante e talora inevitabilmente donna – è a tutta prima paritaria. Severgnini narra, riporta, esemplifica, desume, ma il materiale che gli permette tali operazioni è spesso proveniente dal contatto privilegiato con i suoi lettori quotidiani, frequentati attraverso le pagine di giornale e di rivista. Campo di osservazione per lui non è soltanto il mondo grande, che percorre in lungo e in largo da viaggiatore professionista, ma anche il mondo scritto dell'industria giornalistica e della comunicazione semiprivata con il pubblico delle rubriche. È in particolare dalla corrispondenza dei lettori, acquisita in misura massiccia e sottoposta a spoglio certosino, che Severgnini ricava confidenze personali da allineare le une accanto alle altre, al fine di cogliere tendenze notevoli del costume collettivo. Il rapporto a tu per tu fra autore e lettore, che garantisce attenzione e dedizione da parte dell'uno nei confronti dell'altro, si amplifica nel rapporto asimmetrico tra lo scrittore-giornalista di grido e la pluralità del pubblico leggente che gli richiede intimità e consiglio. Così Severgnini diventa una sorta di aperto confessore della coscienza nazionale, di cui riceve nel segreto della comunicazione epistolare confidenze private e privatissime, utili a corroborare le sue intuizioni circa l'avvicinarsi dei tempi e le sorti del genio italiano. Dice il peccatore, perché potrebbe essere uno qualunque dei suoi molteplici lettori e affinché costoro possano ritrovare agevolmente se stessi nella peculiarità del caso evocato.

I procedimenti compositivi e retorici prediletti da Severgnini sono i cataloghi, i decaloghi, le enumerazioni pittorescamente controllate, le classifiche, gli elenchi di acronimi, le serie nominali alfabetiche, le *enueg* in ordine crescente d'intolleranza: tutte configurazioni testuali utili ad articolare la trattazione in sequenze ed episodi brevi, capaci di lasciare un'eco memorabile, almeno per qualche istante, nella testa di chi legge. A ciò si abbina un debo-

le per l'allitterazione, talora smaccato («Giocasta non c'entra: la faccenda è più giocosa», *Manuale dell'uomo sociale*). Una materia vasta, variegata e complessa viene così analizzata, omogeneizzata, resa praticabile senza scomodare risorse intellettuali eccessivamente ponderose, ma sulla base di un principio ordinatore affatto estrinseco, gratuitamente a essa sovrimposto, e proprio perciò propenso a delineare, attraverso l'acronimo o la sigla o la serie enumerativa, sovrasensi estemporanei e spiritosi: di significato primario ostentatamente estraneo ai fatti che sintetizzano o coartano, spesso ai limiti del *nonsense*; ovvero spiritosi perché nell'applicare l'ordinamento didascalico dell'enciclopedia o del manuale ne flettono scherzosamente i presupposti di seriosità sistematica.

Le strutture e gli stilemi propri della letteratura manualistica ed enciclopedica sono adoperati a man bassa da Severgnini, ora più ora meno generosamente, non solo nei libri che in modo esplicito si richiamano sin dal titolo al paradigma del manuale ma in tutta la sua produzione. La vocazione tipologica si traduce nell'allestimento di appellativi, nomignoli o perifrasi definitorie che assurgono alla funzione di categorie dello spirito. Ecco per esempio la declinazione di una occasionale tassonomia muliebre: «Tanto Ti Tritto», «Umile Utile Ubbidente», «Vera Virago Vendicativa», «Zelante Zitella Zodiacale» (*Manuale dell'uomo sociale*). Il compiacimento classificatorio si spinge sino alla creazione del neologismo a partire dalla crasi dei termini che denotano le principali qualità del tipo sociale oggetto di studio: «Il Nottaio», «Il Consulniente», «L'Architutto», «Il Direttore» (*Manuale dell'uomo sociale*). L'esagerazione e l'iperbole sono gli strumenti retorici funzionali a congiungere i toni largamente ironici del racconto e il gusto dell'accumulazione sotteso alla struttura testuale analitico-enumerativa: «Osservatelo, l'affermato professionista, mentre nasconde una ragione sufficiente per un drappello di ussari. Ammiratela, la donna-manager, che mette nello stesso piatto tiramisù e vitello tonnato» (*Manuale dell'uomo sociale*).

Per tali vie, del consumismo maturo e del capitalismo globalizzato, l'autore si propone uno scrutinio pertinace, senza demonizzazioni e con l'intento di attivare opportuni accorgimenti di autoconservazione: secondo la ricetta di un selfhelpismo rive-

duto e corretto all'insegna di pacati entusiasmi neoliberisti, come si desume per esempio da *Italiani di domani. Otto porte sul futuro* (2012). «Per il consumatore» spiegava già in *Un italiano in America* «la concorrenza comporta quasi soltanto vantaggi. Le eccezioni sono poche: avvocati, università e ospedali (che sono ottimi, numerosi, ma sfacciatamente cari)»: se tali eccezioni intacchino alcuni fondamentali principi della civiltà democratica – i diritti alla giustizia, all'istruzione e alla salute –, risulta una questione tutto sommato trascurabile al candido Severgnini. Viceversa, la dialettica di «complicazione» e «agevolazione» che frena la creatività di tanti italiani è secondo lui consustanziale alle funzioni dello Stato: «Complicatori e Agevolatori non sono solo all'Inps: stanno dovunque, e trasformano la vita quotidiana in una guerra di trincea. Sono negli uffici tributari, nelle aziende sanitarie, negli uffici giudiziari, nella scuola, negli ordini professionali, nei ministeri e nelle amministrazioni locali, negli uffici tecnici» (*La vita è un viaggio*, 2014). Le pastoie e i guidaleschi della burocrazia appaiono in larga misura di matrice statale e statalista, mentre «Aprire e gestire un'azienda, oggi, è un atto eroico» (*La vita è un viaggio*). Da un lato le macchinazioni tortuose dei mandarini, dall'altro l'attivismo frizzante dei produttori: non si scampa al tagliente manicheismo. Dietro la tollerante ampiezza di vedute, l'io scrivente severgninico rivela non di rado i segni di una militanza sin troppo ligia allo spirito dei tempi.

## È la satira, bellezza!

di Ilaria Barbisan

*Che informazione sarebbe senza le vignette satiriche? Ironiche, irriverenti e di immediata lettura, attraverso un disegno e una battuta fulminante danno un'interpretazione dei fatti per opera dei loro autori. Che li si definisca giornalisti, opinionisti o artisti poco cambia; i vignettisti ci hanno accompagnato per oltre quarant'anni di storia recente italiana. Ma quanto ci hanno persuaso?*

«**L**a satira è un correttivo alla durezza dei sistemi.» Così Giulio Andreotti aveva definito quel genere letterario così irriverente, cinico e tagliente di cui è stato più volte bersaglio nel corso della sua vita. Fin dall'antichità la satira ha trattato fatti politici e di attualità prendendo di mira i potenti di turno o le idee dominanti, con l'intento di suscitare nel lettore un riso amaro che lo portasse a una più attenta riflessione. Attraverso vignette accompagnate da battute rapide – che caratterizzano la satira così come la conosciamo oggi – negli ultimi quarant'anni diverse pubblicazioni ci hanno mostrato un'altra Italia tramite le penne di numerosi opinionisti. Già negli anni settanta «linus» comincia a pubblicare strisce di Altan e Vauro, mentre Pino Zac e Vincino collaborano tra gli altri a «Il Male», rivista che esce nel 1977 e che muore dopo pochi anni. Stessa sorte hanno «Satyricon», l'insero della «Repubblica» nato nel 1978, così come «Tango» e «Cuore» della famiglia dell'Unità. Questi ultimi due, entrambi degli anni ottanta, sono stati la palestra e il palcoscenico di diversi autori, che sulle loro pagine hanno consolidato il fenomeno dell'autosatira facendo ridere di se stessi gli esponenti della sinistra italiana.

Nel corso degli anni, oltre che sulle riviste dedicate – tut-

te di breve durata – le vignette satiriche sono apparse sui principali quotidiani nazionali, giorno dopo giorno e settimana dopo settimana, diventando una sorta di appuntamento fisso con una dignità tutta loro all'interno dei mezzi di informazione. Viene da chiedersi quanto queste vignette abbiano contribuito al formarsi di un'opinione pubblica (o quantomeno personale) degli italiani. Quanto alcune di esse sono rimaste nella memoria collettiva? Difficile dare una risposta, ma almeno si può provare a riflettere mettendo a confronto alcuni tra i più importanti vignettisti italiani che hanno caratterizzato negli ultimi decenni le pagine dei giornali cartacei e recentemente anche quelle dei giornali online, come è successo per esempio a Giorgio Forattini.

«Noi non sbianchettiamo!» recita la sua prima vignetta per Affaritaliani.it nell'ottobre del 2014. Una nuova collaborazione con il quotidiano online suggellata immediatamente da una provocazione che porta alla memoria una delle più famose vignette della storia satirica italiana: quella che nel 1999 apparve in prima pagina sulla «Repubblica» e costò a Forattini la querela da parte di Massimo D'Alema, oltre a compromettere la sua permanenza al quotidiano che aveva contribuito a fondare. Si tratta chiaramente della vicenda Mitrokhin e della vignetta che raffigurava l'allora Presidente del Consiglio intento a cancellare i nomi delle presunte spie italiane al soldo dei servizi segreti russi. «Allora, arriva 'sta lista?», e D'Alema, imbarazzato e affaticato, risponde «Un momento! Non s'è ancora asciugato il bianchetto!». Questo è solo uno dei tanti esempi dell'ultra quarantennale carriera di Giorgio Forattini, che grazie a numerose collaborazioni è diventato tra i più conosciuti disegnatori satirici del nostro Paese. Uno dei principali motivi del suo successo è soprattutto la caratterizzazione macchiettistica e irriverente di alcuni uomini politici italiani: Craxi vestito come Mussolini, Prodi come un prete cattocomunista, Amato come Topolino, e così via. La ridicolizzazione di questi (e molti altri) politici, insieme a una pungente ironia sulle vicende d'attualità, lo ha reso un famoso caricaturista e, proprio per questo, il sorriso insinuato nel lettore il più delle volte deriva soprattutto dall'osservazione divertita dei personaggi rappresentati. Anche perché spesso le battute, talvolta anche volgari, sono

recitate da politici lontani dalla vita quotidiana e percepiti con un certo distacco dalle persone comuni che leggono le vignette.

Sulla stessa lunghezza d'onda per quanto riguarda la percezione del lettore ma per molti aspetti piuttosto diverso da Forattini, si trova un altro vignettista italiano che da diversi anni è presente sulle pagine dei quotidiani nazionali (la collaborazione con «la Repubblica» va avanti dal 1976). Si tratta di Massimo Bucchi, il vignettista “composto e serio”. Un moralista non noioso, un giocoliere delle parole e delle tecniche dell'illustrazione che nelle sue vignette usa disegni, foto, didascalie, vecchie pubblicità che creano un pastiche unico ma pur sempre molto elegante. Con le rubriche *Sottovuoto* e la *Finestra sul Cortile* coglie i disagi e il malessere dell'uomo contemporaneo, a volte senza testo e spesso con poche battute, quelle che bastano per spiazzare il lettore. Come nel film di Hitchcock, Bucchi osserva da testimone il mondo che gli scorre davanti con pessimismo e perspicacia, senza sottrarsi a una forma di giudizio che deriva proprio da un punto di osservazione “altro”, o “alto”. Impossibile non rimanere spiazzati di fronte ad alcune prese di posizione proprio perché rappresentate con un'intelligenza (minimalistica nella forma) che accende una scintilla e fa pensare.

Forattini e Bucchi non sono certo gli unici ad averci fatto contemporaneamente ridere e riflettere in questi ultimi quarant'anni. A chi non vengono in mente altri vignettisti satirici come Vauro, Giannelli o Angese, ciascuno con i propri tratti caratteristici? In realtà, però, pochi hanno saputo creare delle vere e proprie “storie seriali”, che con le serie televisive di oggi (concedetemi il parallelismo) hanno in comune la precisa cadenza temporale, la velocità di fruizione e una ritualità che provoca aspettative e legami nel tempo. Ovvero dei personaggi a cui ci si affeziona e dei quali si riconoscono i tratti del carattere e fisiognomici, nei cui ideali e punti di vista ciascuno si può immedesimare. Questo è ciò che hanno creato vignettisti come Altan, Staino ed Ellekappa, rispettivamente con Cipputi il metalmeccanico, Bobo il militante di sinistra, e due figure (di solito femminili) che guardano la tv o leggono il giornale.

Altan è sulla scena dagli anni settanta e con il suo ricono-

scibile tratto in bianco e nero o a colori ci ha accompagnato negli ultimi quarant'anni su diverse riviste e quotidiani. Chi non conosce la Pimpa, la cagnolina a pois che ha fatto divertire generazioni di bambini e che è apparsa sui libri e in televisione? Meno conosciuto – ma non per questo meno significativo – è invece Cipputi, l'operaio che ha fatto la sua comparsa nel 1975 ed è «cresciuto da solo» dice Altan in un'intervista «in un periodo in cui gli operai erano protagonisti di una realtà presente e importante. Adesso il Cipputi si vede un po' meno, come si vedono meno in giro gli operai». Con lui Altan è stato un antropologo e ha rappresentato l'immagine del lavoro umano in generale, al di là di ogni determinazione storica. Senza mai essere volgare, solo ironico e cattivo, Cipputi dimostra spazi di autonomia nella vita e nel lavoro. Nel 1978 affronta il tema dell'aborto: «Spero che adesso abortirai, almeno, mi fa. Non ci avrete mica fatto fare una legge per niente», e più avanti negli anni, nel 1980 afferma: «Siccome hanno le vetture invendute ci licenziano a noi. Così ci abbiamo il tempo libero per andargliele a comprare». Emblematica la battuta: «Qui cercano di fotterci di nuovo Cipputi», «Speriamo che sia l'ultima Binis, non ho più il culo di una volta!». E subito viene in mente il caratteristico ombrello puntato nel fondoschiena, una scena topica di Altan e messa in atto da diversi personaggi: Cipputi, Berlusconi, ma soprattutto persone comuni, più spesso rappresentate dal vignettista veneto. Perché sono proprio loro la sua forza: sono loro che permettono di commentare l'attualità dal basso, dal punto di vista della gente comune nella quale il lettore si immedesima facilmente.

La stessa cosa vale per Sergio Staino e il suo personaggio più famoso che è anche il suo alter ego: Bobo. Scalognato e smarrito, è iscritto al Partito comunista (compare per la prima volta nel 1979 su «linus») e commenta le vicende della politica italiana con ironia e cinismo imperante, criticando aspramente una sinistra che non ha coscienza critica. Uomo dignitoso e fiero, con buoni ideali, si scandalizza di fronte alle ingiustizie e si trova ad affrontare una realtà meschina e deludente sia da solo sia con la famiglia (che rappresenta la sua coscienza), spesso presente nelle vignette. Con la famosa striscia apparsa sull'«Unità» nell'84 e dedicata ai funerali di Berlinguer diventa l'esempio del militante del Pci e più in gene-

rale degli elettori di sinistra che si possono facilmente identificare in lui e nelle sue opinioni. Fin dai primi anni della collaborazione con l'«Unità» (che iniziò nel 1982 sotto Emanuele Macaluso, direttore illuminato che portò la satira sulle pagine di un quotidiano ingessato e di partito), affronta diversi temi di attualità da protagonista e narratore, sempre con autoironia e strappando un sorriso al lettore. Spesso parla di crisi del partito, della figura del segretario (la figlia Ilaria gli domanda: «Da chi discende Bertinotti?» e Bobo risponde: «Boh, bisognerebbe chiederlo a Darwin»), di casi scomodi di cui non si è mai parlato tanto sui giornali (come quelli di Aldo Moro o di Giuliano Naria), o ancora delle guerre o della società (la figlia: «Oggi nel mondo 250 milioni di bambini schiavi»; Bobo: «Quando l'Occidente era povero ne bastavano di meno»). Staino ci fa riflettere sui nostri limiti e sulla nostra realtà, ci fa vedere altre facce della situazione.

Qualcosa di simile accade con Ellekappa, nome d'arte di Laura Pellegrini, che dagli anni settanta accompagna quasi quotidianamente i suoi lettori con un tratto vignettistico inconfondibile. I suoi tipici due personaggi che leggono il giornale o guardano la tv si interrogano sui temi di attualità con perfidia e crudeltà, facendo a pezzi i luoghi comuni, le idee condivise e gli slogan ripetuti all'infinito. Sparano a zero sulla retorica populistica della destra e sulla passione autodistruttiva della sinistra italiana senza mai essere qualunquistici. «Chi siamo? Da dove veniamo? Dove andiamo?», «Ormai a sinistra il confine tra filosofia e Alzheimer è molto incerto», recita una vignetta del 1999. Dalle pagine dell'«Unità» a quelle della «Repubblica», passando per «Tango» e «Cuore», Ellekappa ha testimoniato nel corso degli anni l'Italia che (non) cambiava e affrontato ripetutamente temi delicati come la mafia («Per i mafiosi resterà il carcere duro», «E se insistono gli toglieranno anche il cellulare»), il lavoro («È il trionfo del lavoro flessibile», «Oggi lavori in una cava, domani chissà se sei ancora vivo»), le guerre fratricide intraprese dagli Usa in difesa di una falsa democrazia: «Piccole divergenze Usa sui crimini contro l'umanità» dice un personaggio. «Per esempio, gli irakeni possono considerarsi umanità?», controbatte l'altro. La struttura del dialogo è sempre la stessa: all'affermazione o alla domanda di uno

dei due corrisponde la risposta dissacrante dell'altro, di una limpidezza e una perentorietà che non lasciano scampo. Ellekappa, attraverso l'antirealismo estroso dei suoi disegni, osserva il mondo che la circonda con acuta intelligenza e lo stile delle sue battute è sempre elegante, mai volgare. Ciononostante (o forse proprio per questo), le sue vignette riescono a spiazzare il lettore poiché dietro a un'apparente semplicità lessicale nascondono un pensiero molto più articolato, denso di rimandi a fatti presenti e passati che costringono a una più attenta rilettura. Emblematiche le battute: «Il solito tempismo della sinistra», «Ha fatto crollare tutte le ideologie proprio mentre ci stava passando sotto».

Queste e altre vignette memorabili hanno fatto diventare Ellekappa, al pari di Staino e Altan, parte integrante della storia recente italiana. A differenza di altri umoristi (come i citati Forattini e Bucchi, rispettivamente con caricature macchiettistiche e moralismi distaccati), essi hanno trasmesso il loro punto di vista attraverso vignette che rappresentavano personaggi comuni, favorendo molto probabilmente l'immedesimazione del lettore nei protagonisti "parlanti" dei loro disegni. Questa identificazione ha fatto sì che il pubblico si appropriasse delle loro opinioni? Di sicuro le vignette in generale, per loro stessa natura, sono di facile e immediata fruizione: hanno il pregio di riassumere i concetti in una battuta fulminante e un disegno esemplificativo. Possono pertanto assumere la funzione di editoriale alternativo (o complementare) del giornale, visto che spesso appaiono in prima pagina. L'intrinseca funzione di "commento" propria della vignetta è rafforzata nello specifico in quelle di Altan, Staino ed Ellekappa sia attraverso il meccanismo dell'immedesimazione e quindi della vicinanza con il lettore, sia grazie al meccanismo della serialità, in grado di coinvolgere ulteriormente e legare a sé il pubblico. Ciò ha fatto sì che le loro vignette, in passato ma anche in anni recenti, entrassero nella memoria collettiva e influenzassero l'opinione pubblica? Forse. Sì, ma quale? Più di altri questi vignettisti sono apparsi prevalentemente su testate di sinistra sulle quali hanno espresso, il più delle volte attraverso i loro personaggi, opinioni tipiche degli elettori o degli intellettuali di sinistra, i quali spesso si prendono in giro da soli con un'autoironia dissacrante. Viene da chiedersi quanto

questa continua autocritica abbia contribuito all'immagine di sé e del partito che hanno oggi gli elettori di sinistra. Al contrario, se negli ultimi vent'anni le vignette contro Berlusconi fossero apparse quotidianamente sulle reti Mediaset, i suoi elettori sarebbero diminuiti o sarebbero stati meno convinti delle proprie scelte? Solo Marty McFly potrebbe aiutarci a rispondere a questa provocazione, tornando indietro nel tempo e modificando il futuro...

## GLI AUTORI

---

### **Alte Tirature**

Ermafroditi, supereroi, picari mancati  
*di Paolo Giovannetti*

Lisario, il piacere della sbrigliatezza  
*di Giovanna Rosa*

Il sonnambulismo wuminghiano  
*di Mario Barenghi*

Vitali, magro e saporito  
*di Mauro Novelli*

Giordano, le anomalie della vita vera  
*di Maria Serena Palieri*

Cucchi e le avventure dell'io talpa  
*di Stefano Ghidinelli*

La poesia a fumetti di Gipi  
*di Luca Raffaelli*

Canzonifichiamoci!  
*di Umberto Fiori*

L'altra faccia del reality  
*di Tina Porcelli*

Malanni di *Braccialetti rossi*  
*di Sofia Petruzzi*

Derive della scrittura  
*di Paolo Costa*



**ALTE TIRATURE**  
**Ermafroditi, supereroi,**  
**picari mancati**  
di Paolo Giovannetti

*Le figure di autori-intellettuali che i tre romanzi qui analizzati generano pongono problemi di portata non solo letteraria. Innanzi tutto, c'è un postmoderno talmente esibito da rovesciarsi (Mari) in qualcosa come una moralità. Poi (Wu Ming) agisce l'“essere qualunque” della Rete, che prova a riscattarsi a colpi di melodramma e di fumetto. Infine (Cilento), una provocazione al femminile che mostra i limiti del politicamente (e letterariamente) corretto.*

**L'**anno è il 2014, l'ordine alfabetico: Antonella Cilento, *Lisario o il piacere infinito delle donne* (Mondadori); Michele Mari, *Roderick Duddle* (Einaudi); Wu Ming, *L'armata dei sonnambuli* (Einaudi). È facile cogliervi subito un'aria di famiglia. Tre mondi romanzeschi lontani dal realismo, incardinati in uno spazio-tempo alle soglie della modernità; un *plotting* che fa i conti con il fantastico, restandone nondimeno al di qua; una lingua e uno stile problematizzati, disposti a confrontarsi con un dialetto ora fattuale ora tutto mentale – di secondo grado –, ma anche con la sprezzatura di un italiano classicamente novecentesco, “di traduzione”. E l'elenco potrebbe continuare. Le domande che queste opere pongono sono curiosamente archetipiche. Quali le radici del moderno? Quali i confini del realismo (o, che è quasi lo stesso: Quali i confini del fantastico)? Con che strumenti esprimere le alterità, ora sociali (l'*argot* della plebe parigina settecentesca), ora locali (la Napoli del Seicento), ora infine culturali (Mari scrive un romanzo che appunto si vuole traduzione dall'inglese, da una specie di Stevenson apocrifo)?

Proviamo a dirlo con parole critiche di impianto narratologico, leggermente più precise. Siamo di fronte a tre autori impliciti

che propongono *storyworlds* all'apparenza convergenti e che chiedono ai propri destinatari l'applicazione attiva di cornici cognitive simili fra loro. Anzi, insisterei proprio sulla controversa nozione di "autore implicito". Dai tre romanzi in oggetto ci viene incontro un giudizio – più o meno evidente, poco importa – intorno a tante cose anche del presente, soprattutto del presente. E questa valutazione dobbiamo associarla a istanze definibili come "Cilento", "Mari", "Wu Ming" che solo in parte hanno a che fare con le persone dette reali le quali da qualche parte, nel mondo detto reale, storicamente corrispondono a quelle etichette. La riconduciamo, quella valutazione (diciamo) ideologica, a tre autori impliciti – ripeto.

Sarà dunque il caso di farli parlare un po' più distesamente. E, anche, di andare alla ricerca delle eventuali differenze che li oppongono, delle sfumature che caratterizzano le singole posizioni. Passeremo in rassegna i seguenti quattro lemmi: *narratore*, *rapporto con la Storia*, *rappresentazione dell'eros*, *costruzione dell'intreccio*.

È quasi inevitabile partire dai *narratori*, dalle voci che parlano dall'interno delle opere (e alle quali l'autore implicito sembra affidare le proprie intenzioni). Da questo punto di vista, è chiaro che Mari sceglie la soluzione più esposta. Quel signore che si esprime in *Roderick Duddle*, e ci apostrofa con una varietà colorita di epiteti (sempre disposti in coppie), che non per caso culminano in un «paziente e tollerante lettore» e in un «fedele e affezionato lettore», quel narratore, dunque, recita ironicamente una parte. Fa il verso alla voce *autoriale*, solitamente detta onnisciente, del romanzo ottocentesco, strizzando però sempre l'occhio al lettore moderno, che blandisce con riferimenti culturali e filosofici tutt'altro che coevi ai fatti. Una sua evidente passione per de Sade lo sbilancia curiosamente – ma non troppo – verso il Secolo dei Lumi, e se del caso verso Laurence Sterne. Del resto, si tratta di un'onniscienza un po' fanfaronata, leggermente inattendibile, se è vero che almeno di un personaggio (sto pensando al Probo, discendente dell'*Elephant Man* di David Lynch) sappiamo poco: e insomma siamo invitati a colmare i *blanks* della storia con le competenze tipicamente extradiegetiche di noi lettori duemilleschi e, senza alcun dubbio, postmoderni.

Da questo punto di vista, Cilento e Wu Ming sono assai più vicini a una specie di *mainstream*. Due narratori poco udibili e in senso lato cinematografici, attenti a seguire da vicino, uno per volta, i personaggi che costituiscono i fulcri prospettici della storia. In astratto, la soluzione di Cilento ha qualche originalità, perché la vicenda di una giovane donna del Seicento, in cerca di “liberazione” (sessuale, ma non solo), è raccontata *attraverso* lo sguardo dei due uomini che l’hanno amata, pur se in modo parecchio diverso. Inevitabile, dunque, l’effetto straniante: soprattutto nel caso in cui a percepire Lisario è il marito, Avicente Iguelmano, medico privo di passione e talento, ossessionato dal corpo della consorte e in particolare dalla di lei capacità di provare piacere. D’altronde Lisario è muta, e il narratore può registrarne i pensieri solo attraverso un limitato corpus di lettere indirizzate alla Madonna. Com’è noto, questa esibizione di *documenti* è tornata di moda nel romanzo anche di genere degli ultimi vent’anni e più; e non meraviglia che Wu Ming ne faccia ampio uso, proprio mentre il suo narratore segue lo spostamento e le avventure dei principali personaggi, sia positivi sia negativi.

Una delle differenze più notevoli, in questo dominio, consegue a una scelta *storica*: il rapporto con gli eventi collettivi. Wu Ming ha il coraggio di raccontare una comunità. Il vero protagonista dell’*Armata dei sonnambuli* è la plebe parigina, i sanculotti nella loro tragica parabola fra 1793 e 1795. Da qui la necessità, quasi verghiana, di farli parlare con una voce corale, che peraltro utilizza un curioso gergo, connotato anche geograficamente (una specie di emiliano). Idioma triforme, tra Céline, Celati e appunto Verga, sui cui esiti è bene sospendere il giudizio: «Te lo si conta noi, com’è che andò. Noi che s’era in Piazza Rivoluzione. [...] In piazza si stava tutti pigiati, fitti come le setole di un pennello, ché perlomeno il freddo porco lo si tiene a bada, o magari è solo un’impressione, ché spartire il male è già mezza goduria. Però a quel modo, uno finisce che non vede niente, dal gran che c’erano schiene e bertocche, per non dire dei vecchi che ti si grappavano ai panni per non cadere!»

Ma, appunto, è una buona coscienza storica (e politica) che spinge Wu Ming alla ricerca di una parabola, un’allegoria, in-

torno *non* alla Rivoluzione, direi, ma alla controrivoluzione. Chi siano, oggi, i sonnambuli e i muschiatini, gli alienati da un potere ideologico onnipervasivo, e quale fluido magnetico li possegga, è sin troppo facile dirlo.

All'opposto, Cilento spiattella una coscienza non dirò cattiva, ma un po' ipocrita: e il suo narratore – in effetti non di rado distratto o sopra le righe – davanti alla crisi della rivolta di Masaniello si lascia scappare un'affermazione di questo genere: «Lazzari a Palazzo, cucinati a dovere dalla *politica*» (corsivo mio). È un lapsus, certo: attribuire a un narratore immerso nei fatti una prospettiva discretamente qualunquista, tipica del polemismo straccione dei nostri giorni. Ma ciò è sintomo dell'indifferenza alla Storia da parte di chi ha pianificato la vicenda di Lisario. Uno sfondo tanto colorato e ricco di dettagli (notevole la ricostruzione delle vicende artistiche: botteghe di pittori, scuole, stili ecc.) quanto privo di ogni vera significazione condivisa; posso dire: "idealità"?

Da parte sua, il cinico Mari con perfetta *nonchalance* ha virtuosisticamente fuso un paio di secoli: raccontandoci un'Inghilterra ottocentesca ma ancora rurale, in cui Stevenson è già stato letto e Musorgskij già stato ascoltato; tuttavia i cui referenti filosofici sono – dicevamo – quelli di un certo libertinismo settecentesco, peraltro proverbialmente francese. Dickens (insieme comunque con Thackeray e George Eliot) è spaesato dall'avventura "pura" dell'*Isola del tesoro* e da Diderot. L'esito appare felicemente atemporale: una specie di ur-Inghilterra plasmata dalle simpatie di un Mari appassionato *lettore* romanzesco, prima che autore. E la cosa ci piace assai.

Così come ci piace che la sfera del  *Sesso* sia qui rappresentata come pura meccanica del desiderio, scatenamento di un Es osceno che travolge ogni idea di bene e quindi di lieto fine. Suor Allison, l'ermafrodito libidinoso e perverso che tira le fila della storia, non solo ne esce vincente, ma getterà un occhio compiaciuto sui due fanciulli (i due protagonisti) a lei affidati in tutela: prolungando insomma in questo modo le sue tresche oltre la fine del racconto, in una prolessi esterna tanto indeterminata quanto assolutizzante. Le cose vanno e *andranno* sempre, dice.

Laddove Cilento ha in mente qualcosa come un riscatto,

il trionfo di verità e giustizia che, se non nella sfera pubblica, si realizza in quella privata. La donna ha diritto a trovarsi la persona giusta con cui vivere una vita affettiva appagante: e questo avverrà in una nuova famiglia che le peripezie del romanzo porgono a Lisario in modo quasi inverosimile. È un lieto fine – con relativo trionfo del grande amore – che non può non confliggere con il *male* delle perversioni sessuali che nel libro di Cilento pure fanno capolino. Al punto che una specie di ermafrodito anche qui c'è (la Bella 'Mbriana): ma la sua sessualità ancipite non è affatto segno di insubordinazione, bensì all'opposto di sottomissione al potere. Tutto il romanzo appunto tende al ristabilimento di un eros "giusto", attraverso strade decisamente moralistiche.

Come sempre succede nella sua opera, per Wu Ming la sfera dell'incontro erotico svolge un ruolo tutto sommato secondario, anche se è rappresentata in modo disinibito. Non per caso, il personaggio certo più importante di questa storia, il dottor Orphée d'Amblanc, borghesemente oscilla tra la repressione dei propri istinti (in relazione a una sua paziente, la signora Girard) e l'abbandono al piacere in contesti aporetici (tipicamente, con una padrona di casa vedova). E uno dei tratti dell'intreccio tiene molto del romanzo d'appendice, visto che la *tricoteuse* Marie Nozière sfigurerà alla fine della storia l'uomo che l'aveva violentata: peraltro agendo in presenza del figlio nato da quello stupro...

Il punto, come si vede, è la logica della *trama*, la sua ideologia: il senso *finalistico* degli eventi. Del politicamente scorretto Mari abbiamo detto. Resta da osservare che alcune componenti della sua tecnica narrativa assomigliano curiosamente a quelle di Wu Ming, e hanno un'aria di famiglia ancora più generale che fa molto "romanzo global al tempo del *New World Epic*". Dico della divisione in capitoletti piuttosto brevi in cui i filoni della storia sono portati avanti secondo i procedimenti del montaggio alternato. Su questo modo di costruire ci sarebbe moltissimo da dire, credo: ma non è chi non veda che il riferimento più che cinematografico è, oggi, soprattutto *televisivo*. Una forma di *entrelacement* che "incolla" alla visione, *oops* alla lettura. Fra l'altro – come affermato esplicitamente dal narratore di *Roderick Duddle* –, la trama di Mari appare per definizione aperta, e almeno in teoria è

disponibile a un sequel. La stessa cosa si dirà di Wu Ming: anche se i suoi “titoli di coda” (ora denominati *Come va a finire*), il rinvio cioè alla Storia-Storia, dovrebbero ridurre questa possibilità. Nondimeno, molti fattori spingono verso una concezione modulare e seriale di racconto: in particolare, l’idea a mio avviso geniale di introdurre un vero e proprio *supereroe* fuori del tempo, il vendicatore Scaramouche, e di attribuire all’armata dei sonnambuli poteri soprannaturali. Di modo che l’immaginario fumettistico ibrida sapidamente l’intreccio e ci dispone ad accettare certi colpi di scena (appunto) rocamboleschi.

Cosa che invece risulta assai più difficile concedere a *Lisario*. Lo scioglimento del romanzo (almeno nella sua parte sentimentale) discende da un artificio quasi del tutto inverosimile: il fatto che i due protagonisti si ritrovino casualmente sull’isola di Favignana, dove poi vivranno felici e contenti. È lo stesso paratesto ad ammonirci in tal senso (vedi la prima aletta della sovraccoperta), quando fa riferimento alla tradizione del romanzo *picaresco*. Il problema è che Cilento *non* ha scritto un romanzo picaresco; e solo in prossimità della conclusione ne ha adottato una caratteristica. Secondo una strategia che definirei molto ideologica.

Proviamo a concludere. L’autrice implicita (dunque: l’intellettuale) proiettata da Antonella Cilento con il suo romanzo ha una fisionomia leggermente *rétro*: c’è in lei la nostalgia per un sistema di valori latamente moderni, che vengono perseguiti in modo sempre un po’ meccanico e volontaristico. Lo stesso titolo lo conferma e *contrario*: l’eroina, in fondo, un “piacere infinito” lo sperimenta solo agli occhi del primo compagno, del marito geloso. La provocazione è più nelle intenzioni che nei fatti. Il lettore si tranquillizza presto, perché questo è un femminismo ben disciplinato.

Mari, a mio avviso, compie il gesto quasi opposto: a furia di insistere sulla finzionalità, la falsità, la gratuità, l’iperletterarietà di tutta la sua rappresentazione, ci mette a disagio. Certo, la sua è l’insicurezza “ontologica” tipica del romanzo postmoderno. Ma questa umanità narrativa così simpaticamente *senza inconscio* qualcosa su ciò che siamo diventati sicuramente afferma. Anche

perché Mari, in questo modo, si inventa una specie – scusatemi – di *grande stile* ironico, di cui certo c'è bisogno.

Non molto diversamente, il romanzo storico ibridato da un fumetto e da una serie di manipolazioni controfattuali – la ricetta dell'*Armata dei sonnambuli* – a mio avviso dice molto di un *essere qualunque* collettivo: ma in prossimità di qualcosa che (a differenza dell'“alto” Mari) un tempo avremmo detto *piccola borghesia*. È un certo mondo di Internet che parla: quante volte, titanici nelle intenzioni e nei proclami, finiamo per inciampare, dentro la Rete, su minuzie che ci delegittimano? Quante volte il troppo pieno del blog diventa un troppo vuoto? Così, in Wu Ming la rivoluzione culmina in una mossa fumettistica. Che peraltro – di nuovo – ci serve per capire dove siamo arrivati. E qui il *noi* non è generico: ma dice appunto di uno smarrito utente dei nuovi media, detentore però di rabbie e desideri di riscatto sociale oggi sottoposti a troppe frustrazioni.

Di modo che, a ben vedere, l'unica domanda davvero aperta è un'altra: esiste, può esistere, una *diversa* figura di intellettuale-autore su cui sarebbe stato possibile lavorare? Certamente sì. Ma teorizzarne l'esistenza almeno potenziale attiene direttamente al campo della pratica sociale, dell'ideologia (della politica?). In questo immenso fuori-testo, è la collettività dei lettori (e non solo) a dettar legge, non il critico. Che a questo punto, insomma, fa meglio a tacere.

**ALTE TIRATURE**  
**Lisario, il piacere  
della sbrigliatezza**  
di Giovanna Rosa

Lisario o il piacere infinito delle donne è la storia di una “bella addormentata”, nella Napoli del Seicento: in mezzo a una folla di straccioni e in compagnia di medici e artisti, una ragazza muta si chiede, scrivendo alla Madonna, «come farò a fare la Femmina?». Il libro della Cilento sfugge a ogni etichetta – neoromanzo storico, favola barocca, new epic postmoderno – e punta a coinvolgere i lettori in una ghiribizzosa avventura di penna.

**A**vrebbe dovuto intitolarsi *Notizie urgenti della notte*, a riecheggiare, forse, una delle prime opere di Antonella Cilento (*Una lunga notte*); poi, per scelta editoriale, è uscito *Lisario o il piacere infinito delle donne*. Un titolo decisamente più azzeccato: e non tanto per il richiamo al “piacere infinito delle donne”, tema suggestivo ma nel testo evanescente, quanto per la luce subito concentrata sulla protagonista, fulcro vero della narrazione.

Diminutivo di Belisario, «il nome intero era riservato alla donna sposata», Lisario è una fanciulla bellissima, resa muta da un’operazione chirurgica sbagliata, che possiede due virtù non comuni: l’attitudine a combattere le avversità rifugiandosi in una sorta di prolungata catalessi; una eccezionale capacità di scrittura. A sette anni, un rovinoso crollo di libri sulla testa l’ha trasformata in “Sperta di Letteratura”. È il primo evento, di scarsa o nulla verisimiglianza, di cui il lettore viene messo a conoscenza: a rievocarlo, in incipit, è la stessa Lisario che, ormai undicenne, scrive la sua prima lettera, indirizzandola alla «Signora Santissima della Corona delle Sette Spine Immacolata Assunta e SempreverGINE Maria Madonna». Con un’altra missiva, indirizzata sempre alla «Suavis-

sima» Maria, si chiude il libro. Dall'inizio, 16 marzo 1640, sono passate alcune decine di anni e Belisario, ormai cinquantenne, è prossima a morte, ma il “*Tutto è finito*” coincide con uno strepitoso *happy end*: «una felicità che non credevo esistesse al mondo e di questo, lo sai, Clementissima, Ti sono infinitamente grata».

Incorniciata e inframmezzata da questa sorta di segreta “posta del cuore”, la narrazione, in terza persona, ripercorre le varie tappe della vita di Lisario: dal primo sonno, in cui sprofonda adolescente per non maritarsi con un «vecchio bavoso», al matrimonio con un «ganzo vigliacco» che l’ha risvegliata, il medico Avicente dominato dall’ossessione morbosa per il «mistero sciocco delle donne», per approdare infine all’unione amorosa con un bel pittore fiammingo, che la rende madre di una bimba.

Sullo sfondo della Napoli secentesca, fastosa e miserevole, capitale di arte e cultura, e insieme ricettacolo di malattie, superstizioni, feste e follie, si muove la schiera variopinta dei personaggi, comprimari e comparse. Al centro la famiglia di Lisario: madre e padre – una coppia degna del più grottesco *Familienroman*, lei nana, matriarca imperiosa, lui hidalgo spagnolo che odia tutti, «il popolaccio rozzo e la nobiltà meschina» – e le tre simpatiche servette che accudiscono il giovane corpo dormiente, Immarella Annella e Maruzzella. A corolla, due gruppi di intellettuali, entrambi di reputazione malfida e dubbia sessualità: sono medici e artisti. Intorno, per le vie caotiche e puzzolenti, lo spettacolo di una folla cittadina che non conosce scampo dalla fame e dall’ignoranza: la grande rivolta di Masaniello si consuma e si perde fra fattacci di donne e di ciarlatanerie truffaldine.

La trama del racconto principale, narrato con onniscienza sfrontata, procede con un andamento sussultorio, che privilegia salti e ribaltamenti ai nessi progressivi d’intreccio: sulla *Bildung* “sentimentale” di Lisario, amante riamata del fascinoso Colmar, si innestano blocchi narrativi discordanti: la miniatura della vita popolare, in cui il sacro delle processioni si mescola al profano spettacolare, il disegno degli intrighi di corte e delle botteghe d’arte; il racconto di epidemie letali, esperimenti pseudomedici, viaggi tempestosi, prove di stupri e d’omicidi: insomma un guazzabuglio di motivi e figure che il narratore governa con abilità pirotecnica,

un poco sgangherata. In realtà, Cilento pare divertirsi ad assecondare il ritmo alterno delle diverse strutture di genere, raccordate con rimandi più o meno vincolanti: di volta in volta sale in dominanza il quadro variopinto del neoromanzo storico, il bozzettismo del color locale partenopeo, la scansione picaresca delle peripezie di pittori girovaghi, lungo tragitti di terra e mare, dentro nobili sale e sordidi bassifondi. Nella trama discreta e discontinua ag-galla persino un tema ambizioso del pensiero “femminista” («un vecchio tabù: la masturbazione femminile», parola d’attrice). Il tutto sorretto da una dinamica accelerata di eventi inverosimili: morti che resuscitano; coincidenze sorprendenti, agnizioni rivelatrici; infine, l’ultima, attesa vendetta, per via matrilineare, contro il bieco Avicente.

A rendere ancor meno coesa l’orditura romanzesca è il solito gusto della scrittrice napoletana di allineare, in una prosa leggibilissima ma ricca di eleganti sprezzature, inserti dialettali e chiaroscuri caravaggeschi, i richiami ai classici di un epos ormai lontano: dalle novelle del *Don Chisciotte* e del *Pentamerone* alle avventure cavalleresche dell’*Orlando Furioso*, senza scordare gli amanti celebri di Dante e Shakespeare o la fantasmagoria animale-sca dell’Ortese. Qui, tuttavia, a differenza dei libri precedenti, non prevale un’ostentazione manierista di letterarietà, sì piuttosto un effetto di sbrigliata fantasia che scombina la rete di intertestualità più o meno colta. Persino l’artificio cardine del libro, il doppio livello di narrazione, non è destinato a piacere agli odierni “Sper-ti di Letteratura”: la frattura fra il racconto in terza persona e il commento epistolare a penna di Lisario, reso palese dalla diversità tipografica – il primo in tondo, il secondo in corsivo –, non punta ad aprire polifonie discorsive o scarti espressivi, ma vale a concentrare il focus sul «segreto quaderno di lettere», indirizzate alla Madonna. È questo il vero e più interessante romanzo di Lisario: l’assillo iniziale «*Come farò a fare la Femmina?*» (p. 12) si scioglie nell’andamento, questo sì progressivo, di un racconto di formazione, scandito in varie prove: se il sonno è la prima reazione alla scoperta adolescenziale: «*crescere è una pignatta! Io sono una pignatta e tutti mi vogliono rompere!*», l’orgasmo catalettico è la risposta sana alle “cure” malsane dell’ottuso Avicente; seguono, poi,

la passione e la fuga con il pittore fiammingo, il viaggio sulla nave dei pirati che la sottrae a doppia morte – epidemia pestilenziale e uccisione per lesa onore maritale –, l’approdo infine a Favignana, dove si ricongiunge all’amante “resuscitato” e, nella villa ospitale di un tal Conte Pallavicino, cresce la figlia Teodora. Lo sberleffo affidato a una lettera scritta, come sempre, alla Suavissima Maria, dopo aver scoperto di essere incinta: «*A che servono i libri se non a imparare cosa non fare?*» (p. 159) trova rifrangenza nell’ultimo dialogo fra Candela, questo il nome d’arte di Teodora, e il dottor Avicente, ormai mummia incancrenita: «ho scelto una via nasosta: alle donne non è permesso cantare e quando ne ho voglia mi fingo un uomo. Il Candela è un soprannome, in onore del mestiere di scena di mio padre. [...] So tutto di voi. Mia madre ha scritto molte pagine che vi riguardano» (p. 293).

E, finalmente, un colpo apoplettico atterra chi era riuscito a scampare all’ignominia professionale, al contagio di tifo e peste, alla rivolta di Masaniello e al tracollo del Viceré.

ALTE TIRATURE  
Il sonnambulismo  
wuminghiano  
di Mario Barenghi

*Con l'ultimo libro i Wu Ming proseguono nel solco della sperimentazione di genere: L'armata dei sonnambuli è un romanzo storico a più livelli di lettura in cui l'accurata ricostruzione del contesto parigino negli anni del Terrore rivoluzionario si intreccia a vicende dai connotati fantastici. Il confronto, all'interno della storia, tra realtà e percezione degli eventi offre lo spunto per riflettere su due tematiche centrali nel dibattito sull'attualità: la contaminazione tra politica e spettacolo e le tecniche di persuasione collettiva.*

Come altri romanzi di Wu Ming, più di altri romanzi di Wu Ming, *L'armata dei sonnambuli* si presta a letture diverse per motivazione e orientamento. Romanzo storico, secondo la cifra del collettivo già dai tempi di Luther Blissett, offre una ricostruzione quanto mai accurata dell'ambiente parigino all'epoca del Terrore (più precisamente, fra l'esecuzione di Luigi XVI e il Termidoro), con dovizia di riferimenti e dettagli che possono incuriosire e deliziare sia gli esperti sia i dilettanti di Storia. Romanzo d'intreccio, impostato su quattro linee d'azione corrispondenti a quattro personaggi principali, procede con sapiente ritmo narrativo, accelerando con il complicarsi e l'intersecarsi delle vicende, fino a precipitare in una stretta finale che è bensì ovvio attendersi, ma che anche i lettori più sagaci stentano a indovinare. Opera sorretta da un'avvertita consapevolezza teorica, seppure non sperimentale in senso stretto, esibisce un impianto narrativo decisamente plurale. La voce di un narratore esterno, informato ma non ingombrante, si alterna infatti con due tipi diversi di discorso: le testimonianze di un anonimo cittadino del «foborgo Sant'Antonio» (quasi una cronaca popolare intercalata agli eventi) e variegati prelievi da documenti d'epoca, che fungono volta a volta

da interludi, glosse, anticipazioni, didascalie (articoli di giornale, estratti da leggi e decreti, brani di discorsi alla Convenzione o al club dei giacobini, pagine di libri di viaggio, stralci da studi sugli alienati, e così via: il che consente di dar la parola direttamente a Marat, Robespierre, Hébert, Mesmer, Puységur, Goldoni, Franklin). Romanzo-fiume gremito di personaggi, scandito da cambi di scena e colpi di teatro attentamente studiati e disposti, si lascia leggere come un *feuilleton* d'altri tempi, sia di per sé, sia all'interno della ormai cospicua sequenza di narrazioni epico-storiche, familiare agli appassionati (Q, 1999; 54, 2002; *Manituana*, 2007; *Altai*, 2009); ma visto all'interno della piccola galassia multimediale che comincia a orbitare attorno al sito della Wu Ming Foundation, il nuovo romanzo appare suscettibile di generare elaborazioni, continuazioni, trasposizioni, come il nucleo di una ulteriormente collettiva impresa di espansione e ramificazione epitestuale.

Detto in altri termini, la forza del libro di Wu Ming consiste nella sua capacità di funzionare a più livelli e secondo diverse prospettive, catturando segmenti di pubblico fortemente differenziati tra loro: non escluso chi identifica il valore letterario con una riconoscibile cifra stilistica. Oltre al già menzionato moltiplicarsi delle istanze narrative – che esclude la possibilità di un punto di vista privilegiato sulle vicende – il tratto formale più vistoso è senza dubbio la mimesi del gergo parigino all'epoca della Rivoluzione. Come i Wu Ming hanno spiegato in più occasioni, la scelta è stata di combinare calchi dalle espressioni storicamente documentate (si veda il censimento di Michel Biard, *Parlez-vous sans culotte? Dictionnaire du Père Duchesne, 1790-1794*) e prelievi dialettali bolognesi e ferraresi: «Insomma», si legge nell'intervista apparsa sul sito di Doppiozero, «abbiamo sciacquato i panni nel Reno e nel Po di Volano». La valutazione del risultato non può che essere soggettiva: dipende dal gusto, dalla cultura, dall'età. Al mio stagionato orecchio milanese questa soluzione suona molto espressiva: un'efficace miscela di trasparenza e opacità semantica, corposa e duttile quanto basta, in un regime fonetico di media familiarità (forse perché, da Bologna a Parigi, Milano è giusto sulla strada). E lo stesso vale per la scelta, sottilmente e abilmente straniante, di tradurre in italiano i più noti toponimi parigini: Pontenuovo,

piazza della Greva, via Sant'Onorio, Ponte del Cambio, Tegolerie. Fa eccezione l'ospizio-prigione di Bicêtre, luogo chiave nella *Storia della follia* di Michel Foucault, donde infatti è cavata una delle due epigrafi del volume (l'altra è un prelievo da Gracco Babeuf, sfortunato oppositore del Direttorio).

I quattro protagonisti dell'*Armata dei sonnambuli* sono il medico Orphée d'Amblanc, sostenitore della Rivoluzione, studioso di magnetismo animale e sonnambulismo indotto; il sedicente cavalier d'Yvers, aristocratico legittimista, tessitore di una diabolica trama restauratrice avviata durante una reclusione volontaria a Bicêtre; la sarta Marie Nozière, popolana audace e generosa, risoluta a trovare riscatto da un doloroso passato; l'attore e avventuriero bolognese Léo Modonnet, alias Leonida Modonesi, segnato fin dall'infanzia da un incontro con Carlo Goldoni e destinato a divenire una sorta di eroe popolare nei panni di Scaramouche (la cui torva maschera campeggia sulla copertina del libro). Sullo sfondo di vicende e di discorsi – come si diceva – scrupolosamente storici (anche i nomi dei personaggi d'estrazione popolare hanno riscontri documentari) si svolge una vicenda che presenta forti connotati fantastici. Le pratiche mesmeriste sono promosse a strumento pressoché infallibile di annullamento della volontà personale, con intensità che varia dal semplice freno degli istinti altrui al plagio vero e proprio, dalla forzata imposizione a un singolo di una doppia identità fino al controllo a distanza di un esercito di individui resi passivi come automi (di qui il titolo del romanzo). La rivisitazione del genere misto di Storia e d'invenzione in chiave fantastica può essere interpretata sia come il prevalere della dimensione avventurosa su quella realistica, sia come riflesso di un dato caratteristico del mondo in cui viviamo, ossia la difficoltà di definire che cosa abbia davvero valore di Storia in un contesto dove ogni evento è suscettibile di essere sommerso dalla caterva delle mediazioni informative. Quale Storia può darsi se la percezione del reale è filtrata da un guazzabuglio di notizie frammentarie, approssimazioni inattendibili, interpretazioni opinabili, resoconti volenterosi ma parziali, falsificazioni tendenziose, forzature, panzane? Ma forse si andrà più vicino al vero soffermandosi sulle due grandi tematiche inscenate dal romanzo di Wu Ming,

entrambe connesse a fenomeni insieme cruciali e attualissimi: il sonnambulismo e il teatro.

Fuor di metafora, la prima, grande questione consiste nel controllo delle coscienze. Al di là delle pratiche mesmeriste, dell'ipnosi, dei fenomeni patologici o paranormali come la licanotropia o la satiriasi, il dato importante è che la società appare più che mai esposta all'induzione di convinzioni e comportamenti irrazionali e coatti, che possono tramutare i cittadini in docile strumento nelle mani di chi detiene il giusto *know-how*. Ciascuno può trovare alle teorie di Franz Anton Mesmer e alle invenzioni dei suoi seguaci l'appropriato corrispondente odierno: il potere mediatico, il fanatismo religioso, pregiudizi più o meno occulti, ideologie. Di sicuro un incendio alle Tuileries il 21 gennaio 1795 non sarà dovuto alla causa che ci racconta questo romanzo, ma non si può certo dire che manchino nella realtà storica attuali azioni terroristiche o attentatori suicidi: né, su un piano più generale, che ci sia penuria di meccanismi comunicativi omologanti e generatori di conformismo. E sarà pure una coincidenza, ma un recente, illuminante libro dello storico Christopher Clark sulla Prima guerra mondiale – che in questo centenario appare più che mai come l'atto fondativo della coscienza moderna – si chiama proprio *I sonnambuli*. La seconda questione è la contaminazione tra politica e spettacolo. Nel romanzo è Léo a intuire che la Rivoluzione ha trasformato la politica in un dramma pubblico ininterrotto e senza intervalli: il teatro non si fa più nelle sale chiuse, ora l'intera Parigi è divenuta un palcoscenico. Ma idee non meno chiare ha il losco cavalier d'Yvers, che vede nel 1789 l'inizio di una Grande Farsa e aspira a farsi burattinaio di uomini. Quanto a noi, cittadini di un Paese che per anni ha scelto di affidarsi a Silvio Berlusconi e che nel 2013 ha dato più del 25% dei voti a Beppe Grillo, non duriamo fatica ad accettare l'idea che la politica si nutre di simulazione scenica. Piuttosto, gioverà un'avvertenza: la spettacolarizzazione della vita pubblica, con tutte le sue perversioni e degenerazioni e magagne, costituisce un fenomeno tipico della società di massa, ed è quindi una componente inevitabile (anche se non esclusiva) della democrazia.

Non faremo peraltro ai Wu Ming il torto di supporre che

abbiano inteso escogitare allegorie. Il compito della letteratura non è di travestire la realtà di panni fantasiosi, ma di dar vita a metafore aperte: cosa che *L'armata dei sonnambuli* fa con perizia che ha pochi eguali nella letteratura italiana di oggi. Vale la pena di sottolineare che il finale del romanzo conclude soltanto la trama: lo scenario storico, all'inizio del 1795, rimaneva più instabile che mai. Certo, con la sconfitta dei giacobini la Rivoluzione appare in pieno riflusso, ma nessuno dei personaggi è in grado di presagire quanto avverrà di lì a poco. E se sarà pronto ad affrontarlo, lo saprà solo vivendo. Da questo punto di vista, è quanto mai significativo l'epilogo, che passa in rassegna tutti i personaggi raccontando cosa sarà di loro, per quel che è dato presumere, s'intende. Un florilegio di congetture, alcune delle quali mirabilmente capziose.

Sui personaggi, un'ultima considerazione. Ben definito il ruolo del *villain*, sul versante degli eroi positivi la figura di maggior spessore psicologico è senza dubbio Marie. Ma nell'insieme forse il ruolo-chiave spetta a una terna di ragazzini più o meno coetanei, diversissimi per provenienza, storia, condizioni, carattere. Si tratta di Bastien, il figlio che Marie ha avuto a sedici anni, costretto dalle circostanze a crescere molto in fretta; di Jean del Bosco, orfanello del contado che ha ricevuto un'educazione signorile ma che Orphée conosce in Alvernia nei panni di ragazzo-lupo; e del Delfino di Francia, Luigi Carlo Capeto, principino ereditario e infelice prigioniero. Uno dei tre muore; gli altri due sopravvivono, forse (e chissà quanto a lungo). Variamente implicati dalla trama, tra loro non s'incontrano mai: paiono quasi incarnare tre versioni possibili del destino della vittima, cui la possibilità del riscatto non è preclusa in linea di principio, ma che deve misurarsi con un intrico vertiginoso di forze prevaricatrici. E ci vuole tutta la bravura di un romanziere di vaglia per rendere plausibile un sia pur parziale, congetturale, condizionato lieto fine.

## ALTE TIRATURE

### Vitali, magro e saporito

di Mauro Novelli

*Da molti anni i romanzi di Andrea Vitali seducono il pubblico italiano, che regolarmente spedisce in cima alle classifiche le sue commedie paesane, tanto movimentate quanto divertenti. Una vecchia ricetta, certo, ma aggiornata con talento e mestiere: intrecci ben lavorati, gran mazzi di zie, carabinieri, bottegai, ladruncoli, una frizzante inventiva onomastica, qualche spolverata di giallo, il lago q.b., ed ecco servita la pietanza. Come resistere?*

**C**amilleri&Vitali: ovvero i due Andrea che nei primi quindici anni del secolo hanno sbancato la narrativa italiana, gettando sul tavolo una travolgente sequenza di volumi, che imperversano nelle classifiche senza soluzione di continuità. Questi due ferventi laboratori artigianali godono da tempo del più raro e ambito dei successi: un'affermazione iterativa e trasversale, che coinvolge cioè stabilmente fasce di pubblico diversificate non solo per età e genere, ma anche per competenze, dal momento che i lettori forti non mancano. Le storie assemblate nelle loro officine meriterebbero un'analisi contrastiva, che si sospetta in grado di restituire affinità sorprendenti. D'altra parte Vitali&Camilleri si situano agli antipodi tanto dal punto di vista geografico – la lacustre Bellano *vs* la mediterranea Vigata – quanto nella considerazione dei critici. Se infatti Camilleri ha fatto sversare cisterne d'inchiostro in ogni dove, provocando decine di monografie, tavole rotonde, convegni e pinzillacchere, per contare gli studi dedicati a Vitali basta un pollice.

Eppure lo scrittore lombardo ha dietro le spalle una carriera lunga ormai un quarto di secolo, a far conto dal 1990, quando su impulso di Raffaele Crovi uscì da Camunia *Il procuratore*.

Una dozzina d'anni più tardi Vitali rompeva il muro delle 100.000 copie a romanzo, presto lievitate in un crescendo che lo ha portato di recente ad attestarsi sopra quota 300.000. Nel frattempo faceva incetta di premi (vincitore al Grinzane, al Bancarella, al Chiara, al Boccaccio, finalista allo Strega e al Campiello) e vedeva moltiplicarsi le traduzioni, che hanno portato le sue storie in mezzo mondo. Oggi Vitali ha oltrepassato la boa dei cinquanta volumi, se si considerano i dodici comparsi presso un piccolo editore lucchese, Cinquesensi (al quale destina i racconti, illustrati dall'omonimo artista Giancarlo Vitali), e i quattro romanzi brevi usciti nel 2001 da Aragno sotto il titolo *L'aria del lago*, in seguito rivisti, ampliati e ripubblicati singolarmente. L'ultimo di questi, *Biglietto, signorina*, è il terzo romanzo comparso nel fertilissimo 2014, dopo *Premiata ditta Sorelle Ficcadenti* e *Quattro sberle benedette*.

Con tutto ciò, Vitali sinora è riuscito a guadagnarsi soltanto una caterva di interviste e recensioni, tanto calorose quanto sommarie. A ogni nuova uscita in effetti viene rispolverata la filastrocca dell'amena commedia all'italiana, del paesello irresistibile affacciato su scenari pittoreschi. Tutto verissimo, per carità: come è vero che in Vitali precipita e si rinnova un'antica tradizione lombarda di narrativa lacuale, che rincasa su quel ramo del Lario, dopo avere conosciuto il Ceresio, grazie ad Antonio Fogazzaro, e l'Alto Verbano, palcoscenico privilegiato delle opere di Piero Chiara.

Certo guardando al Novecento si potrebbero fare molti altri nomi (Soldati, Arpino, Parise per esempio lasciano impronte), ma non c'è dubbio che Chiara abbia agito come propellente decisivo, nella scelta di concentrarsi con ostinazione su una vivace comunità rivierasca e sulle inquietudini, i traffici, le ambizioni che febbrilmente la percorrono. L'avverbio non è posto a caso, visto che alla sua Bellano Vitali per un trentennio ha misurato la pressione, lavorando come medico di base. D'altra parte non è alla contemporaneità che guarda, ma al passato prossimo, con una predilezione verso gli anni trenta. Già la Luino del *Piatto piange* aveva mostrato quanto il periodo fra le due guerre si presti al romanzo di costume calato in provincia: lo *ius murmurandi*, il *côté* grottesco del fascismo, il fuoco nelle sottane, botteghe rivali, diavoli in sacrestia, pomeriggi di flanella al casino, notti in fumo tra

carte e biliardo nei caffè. Specie nei primi libri Vitali rimescola le carte di questo mazzo, non senza strizzate d'occhio ai lettori: a chi alludono titoli come *La signorina Tecla Manzi* o *Premiata ditta Sorelle Ficcadenti*, se non alle impagabili sorelle Tettamanzi della *Spartizione*?

Solo di rado lo scrittore lecchese si spinge a rovistare in tempi più lontani, senza risalire comunque oltre la Grande Guerra, fatta eccezione per *La leggenda del morto contento*, che si dipana al tempo degli austriaci, nel 1843, e rappresenta un *unicum* anche per il taglio piuttosto amaro conferito alla narrazione. Più volentieri Vitali si esercita sul periodo che va dall'ultimo dopoguerra ai primi anni settanta (*La modista*, *Di Ilde ce n'è una sola*, *Un bel sogno d'amore* ecc.). In questi casi corrobora la ricetta introducendo in dosi massicce una fauna umana di modesta estrazione ma intrigante vitalità: operai del cotonificio, contrabbandieri di mezza tacca, dattilografe zitelle. Alle signorine âgée sono regolarmente riservati ruoli di primo piano; dalle ricette di tre adorabili zie si sviluppa anzi l'unico lavoro in qualche misura autobiografico, ovvero *Le tre ministre*. Più in generale, non è troppo ritenere le donne protagoniste assolute della narrativa di Vitali. Sotto specie di figliole capricciose, giovani avvenenti, mogli insoddisfatte, suore dalle maniere spicce, beghine astute, vecchiette misteriose, oltre che zie e zitelle, si accampano al centro delle vicende con la forza della loro personalità, che schiaccia i malcapitati – spesso deboli, timidi, irresoluti – che si parano sulla loro strada.

Alle donne Vitali affida volentieri la scintilla d'avvio dell'azione, per lo più ricavata da due situazioni standard: l'affioramento di un segreto gelosamente celato da un insospettabile indigeno bellanese, oppure l'arrivo in paese di un estraneo che turba equilibri consolidati, siano le sorelle Zemìa e Giovenca Ficcadenti che avviano una distinta merceria, o la bellissima Marta di *Biglietto, signorina*, scesa senza denari da un treno. In tutti i casi, c'è qualcosa da scoprire e qualcuno che si accolla il compito di indagare. Spesso capita che siano dei medici: come il dottor Lonati, che in *Dopo lunga e penosa malattia* si insospettisce per uno strano odore di fritto, imitato dal dottor Fastelli, che in *Zia Antonia sapeva di menta* è invece turbato da un inconsueto sentore d'aglio.

Paradossalmente Vitali tende ad allontanarsi dal giallo quando a investigare sono figure istituzionali, ovvero i carabinieri, che restano confinati nel ruolo di comparse o tutt'al più comprimari, chiamati a occuparsi di bagattelle che non oltrepassano il latrocinio, le risse o gli schiamazzi. È significativo notare come proprio in quest'ambito compaia un elemento di serialità, dal momento che il terzetto di cui si compone il locale comando – ovvero il maresciallo Maccadò e i due sottoposti in costante dissidio fra loro, il brigadiere sardo Mannu e l'appuntato siciliano Misfatti – si ripresenta immutato in numerosi romanzi ambientati fra le due guerre, come *La signorina Tecla Manzi*, *Olive comprese*, *La mamma del sole*, *Galeotto fu il collier*, *Quattro sberle benedette*.

Intorno a questi cardini la compagnia muta vorticosamente di pagina in pagina. Vitali può così dare libero sfogo alla passione per l'onomastica, che entusiasma i suoi fan: ed ecco di scena – citando qua e là – Idolo Geppi, il maestro Fiorentino Crispini, Suor Speranza al secolo Valeriana, Cicilla Salò detta Gnagnolina, Menichelli ragionier Demetrio, il sagrestano Ulderico Frattazzi meglio noto come Bigè... Fortissima è la vocazione alla coralità. Colpisce, in quest'ottica, che il primo grande successo, *Una finestra vistolago*, sia anche uno dei romanzi in cui questo pedale è pigiato più a fondo, così da suscitare un incessante alternarsi di voci, dove nessuna svetta. In questi paraggi meglio si riconosce il talento di Vitali, che nei suoi intrecci gestisce con perizia un numero impressionante di fili, affidandosi pressoché sistematicamente al montaggio alternato. Lungo questa via è giunto al virtuosismo, che in *Quattro sberle benedette* lo induce a chiudere gran parte dei capitoli con un *twist*, per poi riprendere in anadiplosi il termine chiave nell'attacco del capitolo successivo, che di norma varia attori e scenari.

L'alto tasso di comicità presente in queste storie è dovuto in buona parte al tratteggio di situazioni e abitudini buffe, bizzarre, imbarazzanti, con effetti moltiplicati dal sardonico contegno del narratore, che si limita a ragguagli fulminei, evitando introspezioni, pennellate di colore, descrizioni articolate. Vitali si attiene a un incalzante stile *coupé*, disseminando le pagine di a capo e punti fermi. Si veda, per un esempio probante, l'attacco della *Figlia del podestà*: «Mercede Vitali, dell'omonima merceria sita a Bellano in

via Balbiani numero 27, era una smortina tuttaossa. / Nubile. / Vergine. / Vegetariana. / Aveva quarant'anni. / Da venti non si perdeva la prima messa del mattino. / Pregava, poi andava a vendere mutande». A quest'inconfondibile sincopato alterna lunghe sequenze di tambureggianti dialogati, dove dà prova di un ottimo orecchio nella resa dell'oralità, a cui perviene senza temere il turpiloquio e senza offrire al dialetto concessioni troppo generose. E così, sebbene gli ultimi romanzi sfoggino una mole massiccia, Vitali continua a destare un'impressione di asciutta intensità. Sarà per questo che quando in libreria si incontra uno scaffale gremito dei suoi titoli subito vengono in mente le spalliere di *missoltini* che i pescatori del Lario lasciano essiccare al sole sul lungolago, per la gioia di chi ama il pesce povero ma sostanzioso. Magro e saporito.

**ALTE TIRATURE**  
**Le anomalie**  
**della vita vera**  
di Maria Serena Palieri

*Gli “indifferenti” sono stati protagonisti di gran parte della narrativa del Novecento. Nel panorama contemporaneo italiano la loro condizione è raccontata in modo nuovo: senza soffermarsi più su spiegazioni psicologiche o ambientali e senza alcuna intenzione di raccontare l’origine del “male”. Il nero e l’argento di Paolo Giordano e Il padre infedele di Antonio Scurati sono accomunati dal tentativo di descrivere le difficoltà incontrate da parte di personaggi anaffettivi nel dare vita a una famiglia. L’intento è quello di mostrare quanto sforzo e impegno costi abbandonare il gelo interiore in cui si è da sempre vissuto.*

**L**a stagione letteraria italiana 2013-2014 si è aperta con una eco, sullo sfondo, di scricchiolii sinistri o, all’opposto, incoraggianti: lo scricchiolio di una montagna di ghiaccio che va addensandosi o, al contrario, quello di un iceberg che comincia a sciogliersi. Ci riferiamo all’uscita di due romanzi che – quanto a tema – percorrono una stessa via in due sensi speculari, *Il padre infedele* di Antonio Scurati (Bompiani) e *Il nero e l’argento* di Paolo Giordano (Einaudi). Scurati racconta la storia di Glauco Revelli, chef *à la page* che ha rilevato la trattoria familiare dal padre e, arrivato a un certo punto, stabilisce che è ora di mettere su famiglia: incontra Giulia a una degustazione di formaggi e «decisi che mi sarei innamorato di lei» spiega a noi lettori. E appunto i due diventano una coppia e hanno una figlia, Anita. Ma qui siamo in pieno flashback, perché nelle prime pagine abbiamo visto il capolinea dell’unione tra Glauco e Giulia: lui l’ha trovata in cucina piangente e a domanda sul perché Giulia ha risposto «forse non mi piacciono gli uomini». Quella che Scurati racconta è una storia frequentissima nella realtà dei giorni nostri. Però, schivati gli esiti di questo tipo di vicende che la vita vera dona troppo spesso – l’uomo, ricusato, ammazza moglie e figlia,

l'uomo diventa un barbone perché la separazione l'ha lasciato nudo – grazie alla finzione romanzesca può approdare a un *happy end*. Glauco, innamorato – qui sì, davvero – della piccola Anita, può costruire una nuova triade, si riconcilia pure con la figura di suo padre e rimette nel menu il suo persico alla griglia del lago di Como buttando alle ortiche il *passion fruit* del Madagascar. A posare l'orecchio a terra come gli indiani sioux, nel *Padre infedele* si può avvertire il passo di una vicenda archetipica: quella della *Mite*. Giulia, come la giovanissima “mansueta” di Dostoevskij, si è ritrovata impacchettata dentro un'unione che l'altro ha voluto per suoi programmi. Però qui non c'è tragedia, nessuno si butta dalla finestra: con sospetta prodigalità verbale, con sciupio di immagini e metafore, Scurati ci narra una storia che si svela comunissima, una unione uomo-donna che regge qualche stagione e poi va a gambe all'aria, rimpiazzata da quella più gratificante uomo-bambina (finché la figlia resta tale...).

Non fosse per quella frase di Giulia «forse non mi piaccio no gli uomini». Che, appaiata all'altra «decisi che mi sarei innamorato di lei», fa venire il dubbio che la vicenda, nella sua apparente banalità, alberghi in un pianeta particolare: il pianeta degli anafettivi, quelli che “non sentono”. Una landa che non sappiamo se vada allargandosi nel mondo reale quanto va allargandosi nella nostra produzione letteraria. Eva Illouz, sociologa nata in Marocco, formatasi negli Stati Uniti e docente a Gerusalemme, parla di «intimità fredde»: addebita alla società dei consumi del Novecento e al trionfo della realtà virtuale nel nuovo millennio l'aver modificato percezione ed espressione delle emozioni e dell'eros. «Raffreddando», appunto. Mentre Luigi Zoja, analista junghiano, ha parlato, più o meno allo stesso proposito, di «morte dell'altro». E certo è un ossimoro questo – intimità-freddezza – che circola, come un tema importante ma poco analizzato, da alcuni anni nella nostra narrativa (tracce se ne trovano già nei *Giorni nudi* di Claudio Piersanti, *Ti ascolto* di Federica De Paolis, *Nessuno si salva da solo* di Margaret Mazzantini).

Dicevamo invece che Paolo Giordano compie nel suo nuovo romanzo un cammino opposto a quello di Scurati. Giordano ha

esordito con un romanzo, *La solitudine dei numeri primi*, il cui schiacciante successo è stato addebitato anche a una serie di motivi esterni: titolo e copertina, ma che – a nostro parere – è entrato in sintonia col grandissimo pubblico per un suo nucleo segreto: l'educazione al grande freddo che la storia raccontava, un'algidità che faceva risuonare qualcosa di molto presente nel nostro essere collettivo. *Il corpo umano*, opera seconda, tornava sul tema con virtuosismo: lì Giordano s'è dimostrato un Paganini dell'anaffettività, l'ha rappresentata, insieme alla meccanica dei corpi dei giovani soldati italiani in Afghanistan, in tutte le sue varianti. *Il nero e l'argento* si incammina, infine, nella strada dei sentimenti: sono gli affetti veri che possono unire un giovane uomo, una giovane donna e il loro primo figlio e che si manifestano in modi non ovvi, per frammenti, per piccole agnizioni, per segreti timori. All'ombra di una donna-albero – la domestica soprannominata Babette per la sua arte culinaria – che li ripara. Volere bene e credere in un orizzonte familiare è molto difficile oggi. Giordano, che il successo da scrittore ha sottratto a una carriera da fisico, registra l'esperimento dei tre con occhio da scienziato in laboratorio. Un occhio capace di restituire le anomalie della vita vera, come il bambino Emanuele, bello in modo così abbagliante da impedirci di vedere la lentezza della sua mente, il suo incespicare, il suo piccolo ritardo. L'imperfetto Emanuele che, sdraiandosi sulla pietra tombale della signora A., nell'ultima riga di questo perfetto libro, esclama finalmente il suo nome vero e trasforma Babette in una reale, perduta – amata – «Anna».

Giordano, nonostante il successo *monstre* con cui ha esordito, va maturando come uno scrittore di inconsueta classicità. Con questa narrazione della cauta costruzione di una famiglia, ci dice che riuscire in questa opera, oggi, è il contrario che scontato. E dunque se il titolo gioca con Stendhal, il plot gioca con Tolstoj: è la famiglia felice un piccolo miracolo da raccontare (deduciamo: oggi sono le famiglie infelici quelle tutte uguali?).

Ma appunto, Nora, suo marito e il piccolo Emanuele nella vicenda narrativa di Giordano sono il frutto di un iceberg che ha cominciato a sciogliersi. E a quel grande freddo rimandano dun-

que, dal nostro punto di vista, per principio di contraddizione. Un gelo che non è tutto nostro: tra le pagine scritte che ci testimoniano che strani fili ci legano a un altro – laterale – Paese europeo, l'Olanda, ci sono quelle di Arnon Grunberg che, nel *Liberò mercato dell'amore* (Feltrinelli), ha narrato, sempre in questa stagione, di Roland Oberstein, economista quarantenne, bell'uomo che coltiva quella che lui chiama «imperturbabilità» perché l'amore, in quanto sofferenza, nella vita ma anche nell'arte lo mette a disagio. Né il gelo è nato oggi: quanti indifferenti, quanta noia, quanta nausea lastricano la via del Novecento? Oggi da noi però la novità è che cubetti di ghiaccio si trovano in personaggi che rifuggono da ogni eco epocale, marionette in plot che si consumano nell'arco di una lettura, personaggi che non hanno un prima che li spieghi, come il protagonista del *Futuro è nella plastica* di Eleonora Sottili (Nottetempo) che non ha voglia di andare al funerale del padre o la madre Crudelia che spolpa atarassica la figlia in *Settanta acrilico trenta lana* (e/o) di Viola Di Grado. Personaggi il cui gelo è dato, senza spiegazione psicologica né ambientale, e che quindi sono diversi dai «cattivi» di cui continuano a essere costellate le vie della letteratura.

Ma di questo iceberg con la cui lettura si cimentano sociologi, psicoanalisti e scrittori, quali testimonianze ci danno le cronache della «vita vera»? Pensiamo a certi gialli maturati tra quattro mura o giù di lì: al delitto di Avetrana, ai coniugi di Erba, e infine al Carlo di Motta Visconti che uccide moglie e figli (veri) in nome di un amore (inesistente, al più potenziale: virtuale) per una collega, cioè ammazza con paradosso davvero glaciale i «cari che ostacolano la sua felicità», come ha osservato Luigi Cancrini. Carlo che sembra uscito dritto dritto dalle pagine del pamphlet di Zoja sulla morte.

Da qui, da questa brina che ricopre il nostro mondo, devono nascere le intemperanze di altri. Come l'impennata di Margherita D'Amico che in uno dei bei racconti della raccolta *Sette di noi* (Bompiani) consegna a Lucilla, dieci anni, personaggio dagli echi salingeriani, una verità di tutti i giorni. Una verità che però oggi – in tempi di grande freddo – sembra avere bisogno di essere enunciata da una bambina-filosofo per ridiventare vera e reale:

«Amando qualcuno, una sorella, un figlio, un'amica, un compagno, un gatto, un albero, su questi depositiamo spontaneamente, irrimediabilmente e a fondo perduto una parte di noi, che così lasciamo andare per sempre... Più amiamo, più ci disperdiamo con immediatezza» dice Lucilla. Brrr, che paura, non sarà meglio tornare in freezer?

ALTE TIRATURE  
Cucchi e le avventure  
dell'io talpa  
di Stefano Ghidinelli

*In Malaspina Cucchi scopre un'inedita possibilità di adesione al presente, inteso come superficie di un passato-sottosuolo stratificato nella mente dell'io così come nella topografia di una Milano intrisa di memorie familiari e collettive. Ne nasce un emozionante viaggio di scavo in cui il soggetto – pulviscolo nell'universo e vertice di un groviglio di destini – perde ogni presunzione di autonomia, pur nella compiaciuta solitudine del suo sprofondamento regressivo. Nel finale, però, lo zampettio dell'io talpa incocchia una misteriosa figura di alter ego disforico e respingente, che chiude il libro su una disorientante vertigine identitaria: e ne fa un'estrema, scheggiata mise en abyme dell'intero percorso di Cucchi.*

**I**n *Malaspina* (Mondadori, 2013), l'ultima raccolta di Maurizio Cucchi, la voce poetica entra subito in scena – con una pronuncia pacata, un po' rallentata e pensierosa, epperò tutta intrisa di un'euforia tranquilla, intimamente persuasa di sé – dichiarando la propria soddisfazione per la condizione cui ritiene di essere approdata. La poesia recita così: «Ho imparato a esprimere gli umori – / anche gli umori forti – senza camuffarli. / Senza infingimenti. // Mi godo brevi soste felici / di sospensione e improvvisa / adesione. Mi oriento / verso un mondo più affabile / e poroso».

Be', mica poco. Non che in passato a Cucchi difettassero una certa propensione all'auto-commento, alla sottolineatura meta-discorsiva degli snodi del proprio percorso; né tantomeno una vena cordialmente didascalica, di sentenziosità compassata, felpatamente ammaestrante. Qui però le due componenti si sommano a enfatizzare il senso di una tensione che si è risolta, separando un *prima* da un *adesso*, un itinerario affrontato da una postazione raggiunta. Insomma: sulla soglia del suo nuovo libro «l'ultimo dei nostri classici» (così lo definisce Alberto Bertoni nel risvolto di copertina) *sente* di aver preso una quota e si autoritrae nella posa di chi assapora, compiaciuto, questo momento.

Né si tratta di un episodio isolato, anzi. L'illustrazione protratta di questa "nuova" condizione è di fatto il tema-guida di *Malaspina*, che anche per questo si rivela un libro assai coerente, compatto, e dotato di un notevole tasso di leggibilità. Evidente è l'intenzione autoriale di svolgervi un discorso articolato, come dimostra il fitto reticolo di echi e agganci fra le diverse poesie. Una sorta di bullonatura a vista di questa impalcatura intertestuale è costituita poi dalla presenza, in ciascuna delle cinque sezioni, di un singolo pezzo in prosa, dove l'attitudine ragionativa della voce può distendersi col massimo agio. E tuttavia *Malaspina* non è affatto un libro dall'impianto lineare, anzi: la sintassi che ne regola l'intreccio è piuttosto snodata, disseminata di insidiosi scarti e svolte. Schematizzando un po', si può dire che Cucchi costruisca la dorsale del proprio discorso – che è a dominante argomentativa, con un forte fuoco temporale sul presente – soprattutto fra la prima, la terza e la quarta sezione (*Berretto a sonagli*, *Macchine movimento terra*, *Abbandoni*); mentre affida alla seconda e all'ultima (*Il cortile delle giovani mamme* e *Console o capitano*) lo sviluppo di due affondi a dominante rievocativa.

Lungo il primo asse, il discorso procede con intermittente continuità alternando due serie di immagini, deputate a sceneggiare le posture mentali ed emotive fra cui il soggetto oscilla. Alla prima, evocata già nel testo iniziale, egli accede invero solo a tratti, durante brevi momenti di «sospensione» dell'indaffarata routine del quotidiano: è un'esperienza di «aperta adesione e armonia / nel presente assoluto», di abbandono alla «pace normale dell'esercizi» in quanto parte organica, benché insussistente ed effimera, dell'«universo». Come Cucchi medita in una ispirata pagina in prosa (già apparsa in un suo romanzo del 2011, *La maschera ritratto*, di cui riparleremo), noi «troppo ingenuamente ci crediamo individui e ci crediamo padroni. Padroni della nostra sorte, per esempio, padroni delle nostre scelte. Ma non credo sia così». Da qui l'invito a non tenere gli occhi «rivolti all'interno, rovesciati», ma a rivolgerli «fuori, dove è il loro vero destino». A queste pause di immersione nel presente, tuttavia, l'io personaggio alterna sistematicamente un *mood* mentale di segno opposto: si autoritrae cioè nelle vesti di «archeologo», «talpa», «operaio / che manovra»,

mentre attende con fervore a un programma di continuo arretramento e sprofondamento nel passato, con un paziente lavoro di scavo che lo conduce via via «verso strati / sempre più occulti», fra «subsidenze, depositi / di inesplorata materia remotissima».

L'illustrazione della piena compatibilità, anzi dell'inestricabile coimplicazione, di questa doppia attrazione verso il presente e verso il passato è il primo vero snodo argomentativo del libro. Il fatto è che l'immagine dello scavo, oltre a metaforizzare un movimento psicologico interno all'io, identifica anche un elemento ricorrente di quel paesaggio urbano che fa da sfondo alle sue riflessioni. La Milano entro cui si muove è cioè costellata di macchine scavatrici, come quella che affonda la sua «benna» in piazza Sant' Ambrogio, «oviraptor / o brachiosauro che morde / e smuove», riportando alla luce tracce e reperti «di sepolte storie». Ma in effetti l'intera superficie della città si rivela una scorza-pellicola che contiene in sé, custodendoli, infiniti strati di passato, sepolti e calcificati sì, ma proprio per questo alla portata delle trivellazioni mentali del soggetto. Così dal tracciato dell'attuale corso Buenos Aires può riemergere vivida la memoria di quegli industriosi uomini di fine Ottocento che, sulle macerie della «cosiddetta Polveriera», all'angolo «del demolito – da poco o da pochissimo – Lazzaretto storico», costruirono (ma con materiali «di sinistra, rovinosa provenienza. Avanzi, cioè, della demolizione») quei casermoni popolari dove, mezzo secolo dopo, proprio Cucchi nacque e trascorse la prima infanzia.

La rasserenante, euforizzante scoperta dell'io di *Malaspina* è insomma che «il vecchio / non vola ma s'infossa», che ciò che è stato in realtà è ancora ed eternamente qui, che il tempo «non esiste» o si rivela niente più che uno spigolo dello spazio. Questa capitale legge cosmica ed esperienziale diventa la premessa per un incantato viaggio di scavo, un'emozionata speleologia del qui e ora in cui topografia e biografia (storia urbana e memoria familiare) si intersecano e confondono di continuo. Disseppellire le tracce della propria vicenda personale non è infatti che un mezzo per risalire poi ancora più indietro, a «quel flusso ininterrotto di moltitudini, e di invisibili emergenze catalogate poi nell'enfasi della storia», in rapporto alle quali l'io stesso non può che riconoscersi infine come

«l'esito di un'alchimia infinita e di infinite sequenze di informazioni secolari». In questa scoperta che «un filo c'è» si schiude la possibilità di attingere «un fondamento, un senso / di presenza e adesione / nel comune destino». Addirittura, una «Religio».

Difficile non riconoscere l'intensità di questa rimeditata prospettiva etica ed esistenziale. Epperò colpisce lo spericolato gioco di slittamenti per cui un libro apertosi all'insegna di un'accorata adesione al presente si rivela in realtà tutto teso a celebrare una laica religione del passato. È un effetto di paradosso che la voce, a un certo punto, enuncia apertamente («Perciò io adoro il presente / perché solo il presente contiene / tutto quello che è stato»); e che si fa anche più pungente, in chi legge, con il chiarirsi del sentimento di disagio che l'io talpa nutre verso l'*altro* presente, quello “vero”, in atto, in cui si dibattono i destini non ancora pietrificati. Qui entra in gioco un vecchio motivo immaginativo di Cucchi, ovvero l'opposizione fra l'urtante impositività del mondo in cui viviamo, refrattario a ogni infiltrazione dell'umano, «asettico, traslucido / di vacuità, inodore e vanamente / laccato, leccato»; e un'età perduta in cui, invece, le cose recavano traccia di «una più pastosa, nostrana / sporcizia, e più odori», garanzia di «una più fisica e diretta / presenza d'uomo». Ecco qual è il «mondo più affabile / e poroso» verso cui l'io di *Malaspina*, all'inizio, dichiarava di «orientarsi». E se lui stesso confessa che le sue intente ricognizioni retrospettive «avvengono forse / per nostalgia diffusa» di quella realtà, basta poi far caso al ricorrere di verbi come «mi godo», «mi compiaccio», «mi posso crogiolare», per aver conferma degli esibiti risvolti regressivo-compensatori del programma di questo io personaggio, che formula il suo umoroso *ethos* del con-esserci, nutrito da un vivo senso di affratellamento nella comune esposizione a forze che ci sovrastano, proprio mentre si autoritrae nella mossa di chi «sprofonda solitario volentieri».

Rispetto a questa cornice, a ogni modo, le due sezioni rimanenti introducono ulteriori elementi di complicazione. Da un lato si offrono come applicazioni esemplari di quella “tecnica di disseppellimento” descritta dall'io nel resto del libro. In particolare la seconda, *Il cortile delle giovani mamme*, ospita una galleria di istantanee memoriali di luoghi situazioni personaggi della sua in-

fanzia nella Milano dell'immediato dopoguerra. È una delle zone più vivacemente rappresentative del libro, con una diffusa carica narrativa che non solidifica però in un racconto unitario: come Cucchi spiega alla perfezione, in apertura della serie, a essere recuperati sono qui «residui minimali, frammenti / chissà perché incisi nella memoria», che il poeta monta in sequenza come «spezzoni, / trailer di un vecchio film perduto» di cui godersi la proiezione «in pace», «con un pigro sorriso e un'emozione».

Ben diversa la tonalità emotiva della quinta e ultima sezione, dove l'operazione di archeologia memoriale (e fantastica) stringe su un singolo, misterioso personaggio, evocato invero fin dal titolo con una formula d'identificazione sintomaticamente doppia, esitante (*Console o capitano*). La ricostruzione della sua «storia sepolta / e controversa» avviene infatti «con una certa ripugnanza», sullo sfondo di un intimo nodo di dispetto e fastidio, resi tanto più acuti dall'intensa dinamica di immedesimazione proiettiva che si attiva fra soggetto evocante e personaggio evocato: al punto che l'io voce si ritrova senz'altro a «scivolare in lui», a trasformarsi nella *sua* voce. Quasi per contrappeso a questo molesto moto di immischiamento, però, Cucchi torna qui a servirsi di un gioco di rifrazioni e dissolvenze molto spinto, che coinvolge in un vertiginoso caleidoscopio una cospicua schiera di altre figure (l'aviatore Guido Keller, Carlo Emilio Gadda, il protagonista del romanzo *Sotto il vulcano* di Malcolm Lowry). Naturale che la riconoscibilità di questo *alter ego* disforico e respingente – emblema di deliberata irresponsabilità, marziale spavalderia, rovinosa autodistruzione – resti infine per il lettore piuttosto opaca.

Eppure Cucchi alcuni indizi a riguardo li dissemina. Il primo e più prezioso è addirittura nel finale della terza sezione, quando l'io, arruolandosi di diritto fra gli ideali compagni di viaggio del verniano professor Lidenbrock, immagina di seguirlo nella sua abissale calata, fra «caverne», «oceani» e «alte mufte a ombrello», fino a essere «respinto fuori da un cratere a Stromboli / o forse proprio fino all'Etna».

Già, l'Etna. Per intendere il senso di questo riferimento a prima vista così incongruo, uno deve aver letto il già citato romanzo *La maschera ritratto*. È qui infatti che, dopo aver rinarrato

per l'ennesima volta, e mai forse con tanta nitidezza, il suo percorso di investigazione del nucleo più doloroso della propria vicenda familiare (il suicidio dell'adorato padre Gino, già sottaciuto protagonista del libro d'esordio e poi ancora, con un graduale assottigliarsi di schermi e reticenze, di tante raccolte successive), nella seconda parte del testo Cucchi racconta il proprio tallonamento di un'altra enigmatica figura di assenza: il nonno materno, il padre precocemente defilatosi della madre (anche lei presenza assidua, tra fulminee apparizioni e primi piani prolungati, nell'opera cucchiana). Giovane studente siciliano di Ingegneria, poi militare di carriera scomparso durante la guerra, la *quête* intorno a questo avo detestabile si conclude proprio a Catania, davanti a un grande quadro che lo ritrae «in alta uniforme», «con una fascia azzurra che gli attraversava il petto, e il fodero della spada che gli pendeva accanto agli stivali». Qui a dar voce alla sconcertante rivelazione che il protagonista, da solo, non sembra capace di accogliere, è la moglie: «“Ma su”, mi ha fatto lei. “Guardalo bene [...] Non ti riconosci? Non sei tu vestito da ufficiale, anche se la cosa fa un po' ridere?”».

È una specie di figlia di Sant'Andrea che si spalanca nella tettonica identitaria del soggetto: la cui annosa, sanguinosa guerra d'unghie per ri-inchiavardarsi a quella placca slittata – e perciò tanto più bramata e idoleggiata – rappresentata dalla memoria del padre («Ma Gino, allora... Il sempre più amato, l'ossessione, l'inarrivabile modello?»), si trova ora revocata in dubbio dall'urto catastrofico con un'altra, concorrenziale placca, che preme per imporre all'io un inaccoglibile e nel contempo irrefutabile riassetamento.

Su questa paurosa vertigine si chiudeva il romanzo, e ora si chiude *Malaspina*: che in questo senso assomiglia davvero a un lungo *surplace* condotto, fra orrore e segreta attrazione, sull'orlo di quel tenebroso baratro di dissoluzione – di sé, di un sé impropriamente costruito – che può alimentare d'altronde il vagheggiamento della permanenza in uno stato di fluttuante fluidità, di volontaria rinuncia o deprivazione identitaria. Del resto è indicativo che la prima sezione s'intitoli – pirandellianamente – *Berretto a sonagli*: e che in tutto il libro spiri, lo si è visto, un'aria di rastremante, liberatoria abdicazione all'assillo dell'io. Se nel romanzo del 2011

Cucchi aveva spinto a un nuovo vertice quel lungo movimento «a vite» (davvero senza confronti nella sua vena di ossessiva, parossistica fissazione) che è il suo itinerario poetico, in *Malaspina* non si spinge oltre. Ma adottando uno sguardo di sorniona retrospezione consuntiva, ci offre un'estrema, scheggiata *mise en abyme* dell'avventura poetica dell'io talpa.

**ALTE TIRATURE**  
**La poesia a fumetti**  
**di Gipi**  
di Luca Raffaelli

*Il successo ottenuto dai romanzi a fumetti di Gipi sta nella sua grande capacità di raccontare la realtà così com'è. La credibilità delle sue storie, spesso episodi della sua vita, è dovuta da sempre anche all'empatia che riesce a creare con il lettore; un'empatia che negli ultimi libri si è appoggiata sempre più a elementi di invenzione. Il pericolo è però quello di inseguire troppo la reazione emotiva con dettagli "a effetto"; e far perdere così alla narrazione verità e profondità.*

**L**a rivoluzione del romanzo a fumetti sta soprattutto nel saper raccontare la realtà. Il fumetto l'aveva sempre reinterpretata, scavalcata, esagerata, compressa. Ma solo con il romanzo è arrivato davvero a mostrarla, proprio così com'è. Gipi è il poeta di questa verità. Altri hanno scritto biografie e autobiografie, altri hanno fatto giornalismo a fumetti, ma lui più di tutti ha dato il senso della verità di quello che trasmetteva ai suoi lettori. Anche attraverso il suo segno, che è vero perché è spesso immediato, buttato lì, schizzato e quindi espressivo ancor prima che bello. Il che non significa, peraltro, che poi non sia davvero bellissimo. E poi lo scritto: quelle lettere che Gipi spesso cancella di fronte a noi, lasciando il segno di cancellatura, per mostrare i ripensamenti, per farceli vivere. Perché cancellarli se possono esprimere con forza la verità? Gipi ha cominciato tardi a pubblicare fumetti. Il suo primo libro è del 2003, quando ha già quarant'anni. E si vede subito che è grande. È un poeta, e ha tanti mondi da raccontare, tante realtà da farci vivere tra rabbia e sofferenza, investigazione dei sentimenti, lancinanti intuizioni, senso del tragico e del tragicamente ironico, di ciò che è perduto, di ciò che sembra perso e invece si può ritrovare. All'inizio il suo

rapporto con il reale non è diretto. In *Esterno notte* (2003) e in *Appunti per una storia di guerra* (2004) un piede è di qua e un altro di là, anche se i sentimenti sono tutti veri, qui e ora, tutti immersi nella carne, nelle lacrime, negli occhi, nel cuore. Poi è arrivato *S*, nel 2006, in cui parlava del padre, in cui provava a fare i conti con la sua morte. Un lavoro straordinario, vero, in cui Gipi apre il proprio cuore e i propri ricordi al lettore. Ma un poeta non è (solo) un cantore della verità. Un poeta sa anche (che brutte creature, dicevano De Gregori e De André) giocare con le parole (ogni volta che parlano è una truffa). Memorabile il conflitto tra Giorgio Caproni ed Eugenio Montale (ne ha scritto Luigi Surdich): il primo pretendeva che le parole usate nelle poesie fossero sperimentate, conosciute davvero da chi le usava. Montale non ne sentiva la necessità. Anche se non aveva mai visto le «tamerici pallide», anche se non aveva mai fatto cigolare «la carrucola del pozzo», bastava l'immagine, il suono delle parole a far scattare in lui il senso della poesia. L'emozione è anche l'effetto della capacità di comunicare, e un poeta può usare i mezzi a sua disposizione per aumentare gli effetti della propria capacità di dire il vero. Gipi, andando avanti con il suo lavoro, e sperimentando attraverso gli incontri con i lettori la sua capacità di parlare in pubblico, creando un'intensa empatia fatta di ritmo, di emozioni, e ancora di una assoluta credibilità, ha capito che a volte l'invenzione scatena entusiasmo quanto la sincerità è assoluta. A volte, ancora di più. E siccome è poeta sensibile e dalle molteplici anime, ha vissuto questa possibilità come un'arma pericolosa, perché efficacissima, nelle proprie mani. Lui stesso in alcune sue presentazioni ha ammesso che nei suoi romanzi a fumetti alcune parti che sembrano vere sono totalmente inventate (ma non rivelerà mai quali: un lettore attento le può andare a cercare in alcuni momenti di *LMVDM La mia vita disegnata male* del 2008). Con *unastoria* (del 2013, passato alla storia per essere il primo fumetto candidato allo Strega) Gipi ha sviato il problema scavalcando l'autobiografia. Ma la questione della verità resta, sia da scrittore (e da regista), sia da personaggio pubblico.

Ora, da sempre i narratori inventano. Da sempre esagerano raccontando. Innegabilmente, l'“effetto” aggiunge adrenalina,

forza umoristica, passionalità; perché il gioco di prestigio è “popolare”, fa sgranare gli occhi, fa innamorare. Però, allo stesso tempo, rischia di togliere alle pagine profondità, verità e perfino (anche se è una parola grossa) eternità. È questo il grande dilemma che sta vivendo Gipi, vero poeta del fumetto.

## ALTE TIRATURE Canzonifichiamoci!

di Umberto Fiori

*La necessità della canzone d'autore di essere "al passo coi tempi" ha spinto a ricercare combinazioni lessicali sempre più insolite e d'effetto. La conseguenza è un generalizzato svuotamento di contenuti e di significati nella produzione musicale italiana di largo consumo. Il tentativo di "fare poesia" si appoggia sempre più a una struttura standard e banalizzata, finendo per ottenere l'effetto opposto: tra ripetizioni di rime, abuso di metafore e vaghi rimandi all'attualità, il rischio oggi è quello di dichiarare di ispirarsi a Blake e risultare invece emuli di Petrolini.*

**N**el silenzio di un pomeriggio d'estate sento arrivare, dalla terrazza sottostante, un'intro avvolgente di basso e arpeggi di chitarra. Quando entrano gli archi e la batteria parte il cantato, su una garbata melodia: «Si prevede un rialzo / delle temperature. / Aumento della nuvolosità / nelle ore centrali della giornata. / Possibili rovesci / sulle zone prealpine...». Breve strumentale. Poi, sullo stesso giro di accordi: «Mari: mosso il Tirreno / poco mossi gli altri mari...».

Tendo l'orecchio. Il pezzo si spegne piano; dopo un po' ne comincia un altro. Una voce diversa, ma altrettanto filtrata, s'intenerisce: «Sulla spiaggia è vietato / il gioco del pallone. I cani / vanno tenuti al guinzaglio. / Le relative deiezioni...».

Canzoni, certo: i soliti cliché, le melodie che tutti ci aspettiamo. Ma i testi? Mi fanno pensare a un vecchio libro di "poesie" di Fruttero e Lucentini, *L'idraulico non verrà*. Mi affaccio, chiedo agli amici là sotto: «Ma che roba è?». Loro ridacchiano: «Vieni a sentire...». Scendo. Le canzoni escono da un cellulare. È un'applicazione per smartphone, si chiama *Songify*. Tu ci parli dentro, e la app trasforma qualsiasi chiacchiera, qualsiasi farfugliamento, in una canzonetta perfettamente confezionata. Bello! Parte il giochi-

no. Facciamo a gara ad abbassare il livello del testo da musicare, a banalizzarlo fino alla nausea. Inutile: anche la blaterazione più insipida, trita, zoppicante, viene risucchiata nel frullatore pop, lasciata, patinata; la voce più sorda s'inzucchera e si lacca di emozione. Si battiatizza, si giovanottizza, si degregorizza. La *songification* non conosce limiti. Sorridente e implacabile, l'etereo canzonificio ingoia la misera prosa delle nostre vite nel suo possente, poeticissimo sbadiglio.

Autunno 2013. I giornali annunciano che il candidato italiano al Nobel per la Letteratura è Roberto Vecchioni. Intervistato, il cantautore milanese minimizza e gongola. Che in Svezia abbiano ascoltato *Samarcanda* o *Luci a San Siro*, fino a prendere finalmente atto della portata dell'*opus* vecchioniano, sembra improbabile a molti connazionali. Tranne all'interessato: lui è convinto che lassù, nell'ultima Thule, in questi anni abbiano letto e studiato scrupolosamente anche i suoi libri; forse pregusta già, come il poeta satireggiato in una sua canzone, «Il giorno del Nobel / farò l'antidivo».

Di lì a poco, comunque, lo *scoop* si sgonfia e si chiarisce. A candidare il cantaprof non sono stati i leggendari accademici scandinavi: è stato un altro prof, tale Tiozzo Enrico, docente di Letteratura italiana a Göteborg «con facoltà» ci informa Aldo Grasso sul «Corriere» del 27 ottobre 2013 «di proporre candidati agli sbiaditi giurati svedesi». Grasso ironizza sul fatto che Vecchioni è appena stato multato per guida in stato di ebbrezza. Ironia maramalda. Quello su cui nessuno ironizza mai – ahimè – è l'altra ubriachezza – più fonda, tutta italiana – che consegue da smisurate bevute di sé. Per verificarla non c'è nemmeno bisogno di “prove del palloncino”: ogni giorno, spontaneamente, i nostri palloncini nazionali danno prova del proprio tasso egometrico.

Il Nobel per la Letteratura, alla fine, Vecchioni non l'ha ottenuto. L'anno prossimo, propongo di candidarlo a quello per l'egonomia.

[*Nota di servizio*: accetterà la *g* del *calembour* (economia/egonomia) il correttore automatico che ostinatamente preferisce De Gregari a De Gregori? Vedremo.]

Sento alla radio che una località sciistica è la più “gettonata” dell’anno, leggo su un giornale che l’economia è andata “in tilt”, e mi si stringe il cuore. Ecco il Nuovo, il Moderno, che continua a zampettare arzilla nelle sue babbucce da ottuagenario. Il *flipper*, il *juke-box*, i *gettoni*: la lingua ne serba la traccia come un resto di cibo incastrato tra due molari. Ma dove sono, chi li conosce più, questi ex angeli di un ex futuro apocalittico? A qualcuno, sessant’anni fa, le diavolerie americane, minacciosi annunci di un mondo fatto di *rock’n’roll* e *teddy boys*, mettevano i brividi; ma non erano già allora, quei trombettieri escatologici, i bambocceschi *matusa* che insistono ad ammiccare nei nostri *tweet* e nelle nostre *breaking news*? E le ruggenti novità di oggi – iPad, Internet, e-book – non le sentite miagolare nei futuri bla-bla dei bisnipoti?

*So you wanna be a rock’n’roll star*, recita il titolo di un vecchio pezzo dei Byrds. L’aspirante divo viene iniziato all’arte: comprati una chitarra elettrica, impara un po’ a suonarla, e quando avrai la giusta pettinatura e i pantaloni aderenti come si deve, sarai a posto. Facile. Ma a diventare cantautore, invece, come si fa? Oltre ai capelli, ai calzoni, alla chitarra, ci vuole la poesia. Il tuo talento letterario è scarso? A scuola avevi quattro in italiano? Leggi un libro all’anno, se va bene? Non c’è problema. Accendi la tele, la radio, vai su Internet, sfoglia a caso qualche rivista, un *tabloid*, un’enciclopedia, un atlante. Non ci vuole molto. Ecco qua, vedi? *La fossa delle Marianne*. Perfetto. La canzone c’è già tutta. Lo so, è un’idea fra mille altre possibili, non si sa perché bisognerebbe scegliere proprio questa. E poi: cosa vuol dire? Un po’ di tutto e un po’ di niente. Ma – lo senti? – *funziona*. Potevano capitarti – che ne so? – *Kilimangiaro*, *Arresti domiciliari* o *Il muro del suono*, ma tu non pensarci troppo: mettiti al lavoro, ora hai il tuo titolo. Uno vale l’altro. L’importante è tirar fuori il pezzo. *La title-line* – lo vedi? – è piena di echi e di suggestioni: la fossa delle Marianne – preparati a raccontarlo nelle interviste – è il punto più profondo degli oceani (ben 11 km sotto la superficie, nel Pacifico); la metafora è garantita (ti ricordi Dalla: *Com’è profondo il mare*). Il resto viene da sé. Mi raccomando le rime. Le rime ci vogliono. Marianne: canne (ve-

dremo dopo come gestirla). Marianne: spanne, capanne, zanne, condanne, in panne, tranne, Arianne (e Tesei, eventualmente... forse è troppo ricercato... si vedrà).

«Ma... in sostanza... cosa devo dire?», chiedi tu. Perché, devi per forza dire qualcosa? Rilassati... Sei un cantautore. Tu scrivi, e cos'hai detto te lo diranno i tuoi fan, te lo dirà Fabio Fazio.

Allora: la *title-line* la ripetiamo alla fine di ogni strofa. Tecnicamente si chiama *epìfora*, ma a dispetto del nome astruso è il procedimento più facile e più sicuro: tu sai che c'è questo appuntamento, e la strofa – invece di doverla inventare dal niente – la costruisci puntando lì. Comodo, no? La frase-ritornello funziona, da sola fa tutta la canzone – l'abbiamo detto – ma certo non si può ripetere solo quella; si tratta di predisporle un po' di contorno, darla e toglierla, darla e toglierla. Ci vuole, la strofa. Diciamo tre, quattro strofe di sei, otto versi. Cominciamo dal penultimo. Sarebbe bene che facesse rima con l'ultimo, per segnalare all'ascoltatore che lo zuccherino sta arrivando di nuovo. Proviamo con qualche rima tra quelle che hai messo da parte. Per esempio: *in panne*. Potrebbe essere: “Cantano i pesci palla, il tempo è in panne / nella fossa delle Marianne”. Cosa vuol dire che “il tempo è in panne”? Boh? Un po' di tutto e un po' di niente: non funziona così, la poesia? Vediamo un'altra rima della nostra riserva: *tranne*. “Ballano il tango cielo e terra, tranne / nella fossa delle Marianne”. Mica male, no? Raccomanderei, per dare un tocco di attualità, di usare anche *condanne*. Vedi tu come. Per il resto, mai spiattellare le cose: restare sempre sul vago; le ovvietà che vengono in mente ribaltarle, vetrioleggiarle, renderle strane... Ripeto: nessuno ti chiederà mai conto del senso di quello che scrivi...

15 marzo 2014. Esce il nuovo singolo di Vasco, *Dannate nuvole*. Nel sunto virgolettato dell'intervista, sulla «Repubblica», leggo: «Altro che rock, adesso per cantare m'ispiro a Nietzsche e William Blake». Il pensatore di Zocca dichiara di essere stato influenzato «dalla lettura di Nietzsche e dalla consapevolezza che viviamo nel nichilismo. I vecchi dèi se ne sono andati e non sono ancora arrivati quelli nuovi... Nonostante questo noi continuiamo a vivere

senza arrenderci. In questo ci vedo già un po' l'apparire dell'oltre-uomo».

L'*oltre-uomo* ragazzi, mica lo scolastico *superuomo* del Rappagnetta Gabriele, in arte d'Annunzio. Che Vasco abbia letto Vaticano? Stimolatissimo, corro ad ascoltare il *nihil-rock*:

«Quando cammino su queste dannate nuvole  
vedo le cose che sfuggono dalla mia mente.  
Niente dura niente dura  
e questo lo sai,  
però non ti ci abitui mai.  
Quando cammino in questa valle di lacrime  
vedo che tutto si deve abbandonare.  
Niente dura niente dura  
e questo lo sai  
però non ti ci abitui mai.

Chissà perché...?  
Chissà perché...?»

«Chissà perché?» Già. Mah. Intanto, facciamoci su una bella svista di chitarra che piace ai giovani. Dopo la grave meditazione nichilistica, la dionisiaca levità del danzante interrogativo investe a sorpresa l'ascoltatore.

Chissa perché. Dove ho già sperimentato un tuffo simile? Mi viene in mente qualcosa. Ci penso, lo trovo; non sono i Joy Division, non è Kurt Cobain. Sono gli immortali *Salamini* («Ho comprato i salamini e me ne vanto...»):

«Mi chiamo Ambrogio  
e ho un orologio  
che segna sempre  
le ventitré,  
chissa perché.  
E quando piove  
riparo dove  
l'acqua non cade

sopra di me,  
chissà perché...»

Così va, nell'Italia cantautorevole: si parte da Zarathustra e – gira  
gira gira – si finisce con Petrolini.

ALTE TIRATURE  
L'altra faccia  
del reality  
di Tina Porcelli

*Il documentario Italy in a day, il format Sconosciuti, la web television YouReporter: prodotti audiovisivi difficilmente riconducibili a una tradizionale classificazione di genere, accomunati dal nuovo ruolo, attivo e testimoniale, dello spettatore. In essi, chiunque, servendosi di una telecamera o di un telefonino, ha l'opportunità di condividere frammenti del proprio quotidiano e di diventare a tutti gli effetti co-autore della narrazione. A emergere, però, non è il protagonismo del singolo o l'unicità delle sue esperienze, quanto i legami tra le persone e l'interconnessione generale.*

**N**ello scorso numero di *Tirature* è stato affrontato il tema della non fiction, il genere a metà tra il documentario e la finzione, in cui il regista rinuncia a esprimere un commento esplicito su quanto mostrato nelle inquadrature, spronando lo spettatore a farsi interprete attivo. Ora invece ci focalizzeremo su prodotti audiovisivi ancora più marginali rispetto alla consolidata classificazione dei generi, caratterizzati dalla scelta della persona ordinaria quale interprete protagonista o coautore stesso della narrazione.

«Questo non è come la tv, è un po' meglio. Questa è vita reale. Un pezzo di vita reale di qualcuno pura e integrale, dritta nella corteccia cerebrale. Insomma, è lì. La stai facendo, la stai vedendo, la stai sentendo, la stai provando.» Con queste parole, nel film di fantascienza *Strange Days* di Kathryn Bigelow (1995), Lenny Nero vendeva a un cliente lo SQUID (letteralmente Superconducting Quantum Interface Device), un caschetto di elettrodi da indossare per provare in prima persona un pezzo di vita di un altro essere umano. Un tizio qualsiasi si infila il dispositivo con gli elettrodi, impugna una pistola e va a fare una rapina in banca. Poi prende il dischetto che ha registrato e lo vende. L'acquirente mette il dischetto

nel suo registratore per riprodurlo, infila a sua volta un caschetto di elettrodi e prova la stessa adrenalina e le stesse emozioni che ha vissuto il rapinatore nel momento della rapina, ma senza rischi o effetti collaterali. Nell'apocalittico futuro di *Strange Days*, spezzoni di vita reale sono venduti di contrabbando e a prezzi da capogiro, costituendo la merce più contesa da spettatori intorpiditi dalla sovrabbondanza di schermi e di immagini pubblicitarie.

Quasi vent'anni dopo il film di Kathryn Bigelow, la vita delle persone comuni declinata narrativamente si è trasformata in intrattenimento, e occupa una porzione di palinsesto della televisione generalista che solo poco tempo fa sarebbe stata impensabile. Ci stiamo riferendo a *Italy in a Day* di Gabriele Salvatores, ma anche al format *Sconosciuti* in onda su Rai3, e persino a YouReporter, la web television con più di sette milioni di contatti giornalieri realizzata con i filmati degli utenti della Rete e di recente acquisizione di Rcs. *Fil rouge* dei prodotti audiovisivi in oggetto è senz'altro il ruolo testimoniale della persona comune, dal punto di vista sia tematico che formale, si pensi per esempio al cittadino che dal balcone di casa riprende l'alluvione in diretta e la posta sul web, rendendo il filmato disponibile anche per i notiziari televisivi. Così, ciò che è visto dal telespettatore acquista allo stesso tempo la peculiarità dell'esperienza vissuta. A una prima impressione, questo fenomeno farebbe pensare a una commistione tra i generi del romanzo popolare e della cronaca, con ammiccamenti a certo neorealismo cinematografico minore. In realtà, la differenza sostanziale consiste nel rapporto con lo spettatore che, da una fruizione passiva, acquista un ruolo attivo, arrivando persino a diventare artefice del prodotto audiovisivo.

«Sabato 26 ottobre prendi una telecamera, un cellulare e filma la tua vita. Sei libero. Racconta chi sei, cosa ami, di cosa hai paura o qualsiasi cosa sia per te importante, e carica il tuo video su questo sito.» Con questo slogan, un apposito sito Internet nato per l'occasione reclutava partecipanti per il film prodotto da Rai Cinema e firmato dal regista Gabriele Salvatores. Stiamo parlando di *Italy in a Day*, la versione italiana di *Life in a Day*, il progetto originale nato nel 2010 con l'idea di filmare un giorno sulla Terra per creare il più grande lungometraggio generato dagli

utenti, con la partnership di YouTube, la produzione esecutiva di Ridley Scott e la regia di Kevin MacDonal (premio Oscar per il documentario *Un giorno a settembre* nel 2000). Etichettato come il primo “social movie” della storia, *Life in a Day* è stato presentato in anteprima al Sundance Film Festival nel gennaio del 2011, e in seguito trasmesso dalle reti televisive di ogni nazione partecipante. Dalla fine di ottobre dello stesso anno, e ancora nel momento in cui scriviamo, è liberamente visionabile su YouTube, con sottotitoli in venticinque lingue.

Nel 2013 Rai Cinema decide di riproporre l'esperimento rivolgendosi al pubblico italiano e lo promuove attraverso Internet e i canali televisivi della Rai. Leggiamo dal sito: «Per partecipare basta prendere un telefonino o una telecamera il 26 ottobre 2013 e filmare ciò che ti sta a cuore. Hai 24 ore per riprenderti e 3 settimane per registrarti e caricare tutto su questo sito. Tutti gli autori dei video selezionati per il montaggio finale di *Italy in a Day* saranno citati come autori del film accanto al nome di Gabriele Salvatores. Entrerai anche tu nella storia del cinema italiano». All'appello risponde un piccolo esercito realizzando 44.197 video, per un totale di 2.200 ore di immagini, da cui verranno selezionati e montati 632 spezzoni. A riprova che, nel momento in cui i computer e i telefonini hanno cominciato a convertire l'intimità in spettacolo grazie ai social network, a YouTube e alla nuova tendenza degli autoscatti (ribattezzati modernamente “selfie”), tutti hanno scoperto di avere qualcosa da raccontare e condividere. In *Italy in a Day* il pubblico è diventato parte integrante della narrazione – mettendo in scena se stesso, la propria famiglia, le situazioni che lo circondano – ma anche coautore. Con i mezzi a sua disposizione il partecipante realizza un breve filmato che può avere il privilegio di essere scelto dai selezionatori e, in una fase successiva, tagliato, riassembleto, accostato a un sottofondo musicale e infine riproposto in un *mélange* collettivo. In realtà, paradossalmente si verifica quasi il contrario dell'intuizione warholiana che affermava il diritto di ciascuno al suo quarto d'ora di celebrità. In *Italy in a Day* gli utenti-autori sono sotto i riflettori non singolarmente ma tutti insieme, animati dalla speranza di essere prescelti per entrare nella storia del cinema italiano, come una foto di classe potrebbe

entrare nella storia della scuola italiana. Perché, a dirla tutta, non è tanto la chance di entrare nella storia del cinema a smuovere i partecipanti, ma piuttosto l'idea generale diffusa dalla Rete del sentimento di interconnessione e di partecipazione globale. Come ha teorizzato l'antropologo Marc Augé, i social network sono la quintessenza del suo noto concetto di *nonluoghi*, spazi neutri e indistinti, nei quali molte persone pensano di trovare una forma di relazione con il mondo, sostituendo l'immagine di una relazione a una relazione concreta.

Ecco allora che in *Italy in a Day* il racconto delle esperienze di vita dei partecipanti-spettatori, più alcuni interventi programmaticamente commissionati dalla produzione (come le riprese fatte dall'astronauta Luca Parmitano nello spazio), sono organizzati nella fase del montaggio intorno a un messaggio positivo ed euforicamente ottimista, che ritrae un'Italia di buoni sentimenti e di belle speranze. La fase progettuale ha riscosso un consistente numero di adesioni e, grazie anche all'intensiva promozione pubblicitaria, il risultato finale non ha deluso le aspettative dell'impegno produttivo. Forse per curiosità, forse per ritrovare i propri contributi video, i telespettatori si sintonizzano su Rai3 per guardare il film, e la rete ottiene uno share dell'8,84% con 1.896.000 spettatori, su una media che generalmente si aggira tra il 6 e il 7%.

Un risultato più che apprezzabile, come è anche per gli ascolti di *Sconosciuti*, il format che, nell'ambita fascia preserale precedente il *prime time*, si difende egregiamente dalla concorrenza agguerrita degli *access* e dei telegiornali delle altre reti. *Sconosciuti* racconta vite ordinarie allo scopo di far luce sulla gente comune ed estrarla dall'oscurità dell'anonimato. Filo conduttore di ogni episodio è la storia di due persone (coniugi, fratelli e sorelle, amici, colleghi ecc.), unite da un legame di lunga data e dalle molte esperienze vissute insieme. Il progetto ha la firma di Simona Ercolani (autrice anche del felice format *Sfide*), la cui cifra distintiva consiste «nel dare epicità al racconto quotidiano», come chiosava Aldo Grasso in un articolo sul «Corriere della Sera» (24 ottobre 2013). La voce fuori campo che racconta le persone comuni trasfigura vite ordinarie in qualcosa di unico e di riccamente personale, in modo che lo spettatore percepisca la normalità come ecceziona-

lità. Grasso sottolineava che a rendere prezioso l'ordinario non è tanto la storia in sé, perché tutti amano, soffrono, cascano, si rialzano e ritornano a sorridere, ma la scrittura e il confezionamento del prodotto. A differenza del registro cinico e d'assalto dei talk show e dei reality, a cui partecipano persone comuni affannosamente in cerca di notorietà e disposte a tutto per raggiungerla, *Sconosciuti* tratteggia ritratti delicati e dolci, dove gli eroi del quotidiano lottano per restare uniti nelle difficoltà della vita, consolidando un sentimento di umana e vicendevole solidarietà. È l'arte del raccontare la vera chiave di questo programma televisivo, che piace perché sa imprimere piccole svolte anche nella normalità più noiosa, con repentini imprevisti e cambi di scena. Come le tessere di un mosaico, tutto infine si ricompone nell'ordine quotidiano, e le due persone che si raccontano sedute vicine intorno a un tavolo evocano le antiche narrazioni orali intorno al fuoco.

*Sconosciuti* è un format geniale e audace per la televisione generalista che, con le dovute differenze, ci ricorda le intense e malinconiche opere dell'artista Christian Boltanski, basate sul salvataggio della "piccola memoria", cioè sulla raccolta di dati sulle vite delle persone. Nella sua mostra del 2005 al Pac di Milano *Les abonnés du téléphone*, c'erano quasi tremila elenchi del telefono provenienti da tutto il mondo, pronti per essere sfogliati. Tra le pagine ingiallite dei vecchi volumi, idealmente prendevano vita decine di milioni di esseri umani, sottratti per un istante all'oblio. Riflettere sul tempo e sulla memoria significa anche percepire la dicotomia, sempre presente, fra dimensione privata e pubblica, fra personale e universale. Anche *Sconosciuti* è principalmente incentrato sul contrasto tra l'unicità di ognuno di noi e la sua fragilità, la precarietà dell'esistenza, che rende palese la forza dei legami nella specie umana, ma soprattutto restituisce a tutti la dignità del ricordo.

**ALTE TIRATURE**  
**Malanni di Braccialetti**  
**rossi**

di Sofia Petruzzi

*Braccialetti rossi racconta storie di bambini e adolescenti affetti da gravi patologie. Eppure ha avuto un successo strepitoso tra i giovanissimi. Sarà perché la malattia è tornata di moda nella produzione per ragazzi o perché la fiction è stata pubblicizzata con una strategia di social media marketing, una piccola rivoluzione per la Rai. A imporsi, tuttavia, è stata soprattutto la scelta di raccontare, da una prospettiva inedita, la storia di un gruppo di ragazzi in crescita che affrontano l'esperienza della malattia in una dimensione di socialità condivisa. Il mondo ospedaliero è per la prima volta raffigurato dal punto di vista dei giovanissimi ricoverati che contrappongono la spinta vitale della solidarietà tra pari alla fragilità del mondo adulto.*

**P**arla di cancro e di altre patologie gravi che colpiscono bambini e adolescenti, di chemioterapia e di interventi chirurgici rischiosi, eppure ottiene un successo strepitoso. Si tratta, ovviamente, di *Braccialetti rossi*, la fiction andata in onda su Rai1 da gennaio a marzo 2014 per la regia di Giacomo Campiotti. Può parere incredibile, ma milioni di adolescenti, di solito così attenti al look e interessati alla movida, si sono appassionati e commossi di fronte alle vicende di ragazzi calvi per la chemio, che viaggiano in sedie a rotelle e ostentano arti amputati, affrontano interventi chirurgici rischiosi e non sempre “la sfangano”. I dati parlano chiaro: cinque milioni di spettatori alla prima puntata, pari al 20% di share, otto milioni all'ultima, pari al 30% di share.

Certo, la reazione di sorpresa di fronte a un simile consenso di pubblico potrebbe essere ridimensionata da alcune ragionevoli obiezioni: si potrebbe, per esempio, osservare come la fiction di Campiotti abbia pescato in un repertorio ampiamente sperimentato e si sia rifatta a una tradizione letteraria, cinematografica e televisiva ben consolidata. Le fiction ispirate al mondo ospedaliero, per esempio, da *E.R.* a *Doctor House* a *Un medico in famiglia*, hanno sempre incontrato, complice il fascino dei camici bianchi,

il favore del pubblico. Neppure la scelta di puntare sul protagonismo infantile è una novità assoluta. Esistono dei precedenti persino nelle fiction televisive italiane, come la serie *Amico mio* con Massimo Dapporto, incentrata sul rapporto tra un medico e un piccolo paziente. Non solo: la letteratura per ragazzi abbonda da sempre di storie di bambini e adolescenti malati, di morti precoci per malattia o incidenti fortuiti, tanto che qualcuno ha parlato di *Braccialetti rossi* come di una nuova versione dei *Ragazzi della via Pál*. Se il pathos lacrimoso è sempre stato considerato, dai classici della letteratura per l'infanzia, una risorsa efficace, in grado di sollecitare il coinvolgimento emotivo dei piccoli e giovani lettori, oggi il ricorso a tale espediente sembra persino in fase di rilancio.

Dopo alcuni decenni di prevalente orientamento comico-grottesco, morte e malattia tornano in auge nella produzione letteraria e cinematografica per ragazzi e young adults, che, anzi, ottiene un seguito più sorprendente quanto più attinge con spregiudicatezza a un repertorio tematico funereo: storie di adolescenti leucemici e cancerosi, dal romanzo di Alessandro D'Avenia *Bianca come il latte, rossa come il sangue*, da cui il film, diretto dallo stesso Campiotti, al bestseller di John Green *Colpa delle stelle*, sembrano incredibilmente configurare un vero e proprio nuovo filone che, se stempera nell'ironia l'effetto patetico inevitabile, nello stesso tempo esibisce con cruda disinvoltura situazioni di grave sofferenza fisica e morale a prevedibile esito feroce. Si ha quasi l'impressione che, dopo aver esplorato gli universi fantasy e distopici, la letteratura per adolescenti stia approdando a una nuova frontiera e trovi nell'ancoraggio a situazioni di vissuto doloroso e tragico risorse imprevedibili, nonché una nuova, paradossale vitalità.

Così è per la storia dei giovani protagonisti di *Braccialetti rossi*, tutti affetti da patologie piuttosto serie: due hanno il cancro, che è costato loro l'amputazione di una gamba, uno soffre di una grave malformazione cardiocircolatoria, un altro ha subito lesioni traumatologiche a seguito di un incidente in moto, la ragazza è anoressica, il più giovane è addirittura in coma. Anche in questo caso si è scelto senza mezzi termini di andare sul pesante, tanto più che nella fiction di Rai1 – ed è questa la novità di maggiore rilievo

rispetto a opere recenti che affrontano tematiche analoghe – malattia e morte non sono lo sfondo o l'epilogo tragico di storie avventurose o sentimentali, ma costituiscono la routine quotidiana entro cui i giovanissimi eroi si dibattono.

Certo, si potrebbe impostare il discorso su *Braccialetti rossi* anche da un'altra prospettiva e imputarne il successo soprattutto a una campagna pubblicitaria sapientemente attuata. Con questa fiction la Rai non ha esitato a compiere una piccola rivoluzione e a utilizzare i canali familiari al target giovanile cui, in prima istanza, intendeva rivolgersi. Di qui la scelta di puntare su una strategia di social media marketing: le app sulla serie per smartphone e tablet erano scaricabili in anticipo rispetto all'esordio, permettendo al pubblico di familiarizzare con ambienti e personaggi; sono state aperte pagine ufficiali della fiction sui principali social network, come Twitter, Facebook e Instagram, su cui impazzivano i commenti dei fan. *Braccialetti rossi* è stata, insomma, a detta di molti, la prima social fiction italiana.

Tecnologia digitale a parte, altre scelte sono risultate di impatto efficace sul pubblico dei giovani e dei giovanissimi: per esempio, l'opzione per una colonna sonora coinvolgente, composta di musiche e testi editi e inediti di Niccolò Agliardi e Stefano Lentini, cantati da Agliardi stesso e da altri cantanti italiani come Francesco Facchinetti e Greta, arricchita, inoltre, di successi noti di Laura Pausini, Tiziano Ferro, Vasco Rossi, Emma Marrone ed Emis Killa; poi, la selezione degli attori chiamati a recitare i ruoli dei personaggi più giovani, tutti, a eccezione di Aurora Ruffino, alla prima esperienza sul set e, quindi, in grado di sollecitare più facilmente, per spontaneità e freschezza, l'identificazione degli spettatori loro coetanei.

Il tutto, infine, all'insegna del made in Italy, a dispetto del format catalano *Polseres vermelles*, cui la serie si ispira e di cui la Rai e la Palomar di Carlo Degli Esposti, il produttore di *Montalbano* e di altre fiction di successo, hanno acquistato i diritti. Non solo, quindi, la scelta di una colonna sonora d'omaggio alla musica pop e al rap italiani, nonché di un cast di attori nostrani, ma anche di un'ambientazione intesa a valorizzare i paesaggi del nostro Sud: la campagna e le coste pugliesi tra Fasano e Monopoli, dove è sta-

to ricreato l'ospedale che accoglie i piccoli pazienti nella sede del Centro Italiano Alti Studi Universitari dell'Ateneo di Bari. Una serie di eventi mediatici e live sono stati, inoltre, organizzati ad hoc per creare attorno alla fiction di Campiotti un clima di attesa e di attenzione costanti: la proiezione in anteprima all'Auditorium di Roma della prima puntata della serie per un pubblico composto di ragazzi delle scuole superiori, varie serate in località turistiche con interventi dal vivo degli attori della serie e dei cantanti autori dei brani, la partecipazione del cast a festival cinematografici come il Giffoni Festival.

A consolidare il successo della fiction ha, poi, contribuito la pubblicazione per Salani nel 2014 del romanzo che l'ha ispirata: *Braccialetti rossi. Il mondo giallo* di Albert Espinosa, regista e scrittore spagnolo che, alla luce di un'esperienza autobiografica, un tumore che lo ha colpito da ragazzo, ha inteso proporre nel libro una summa di lezioni di vita, tesa a esaltare valori come l'amicizia e il coraggio: più di 200.000 copie vendute, otto ristampe in quattro mesi.

Come ovvio, il successo del libro e la popolarità della fiction si sono alimentati vicendevolmente, secondo un meccanismo di sinergia prevedibile. Ben inteso: il libro di Espinosa non è un resoconto autobiografico della malattia dell'autore o del suo calvario ospedaliero e poco ha a che fare, se non attraverso riferimenti marginali, con la trama della fiction. Le lezioni di vita di cui l'opera di Espinosa vuole essere portatrice procedono attraverso massime a effetto, per la verità discutibili, ma che, tuttavia, enunciate con tono perentorio, ricevono un'investitura di autorevolezza dal vissuto autenticamente tragico che le ispira.

Il punto di vista del libro si coniuga con la prospettiva di segno opposto della serie che punta, invece, con nettezza sulla rappresentazione dal basso. Se le fiction televisive ambientate tra le corsie d'ospedale non sono una novità, è pur vero che *Braccialetti rossi* non solo raffigura per la prima volta il mondo ospedaliero dalla parte dei pazienti, ma sposa l'ottica dei più piccoli tra i ricoverati. Di più: la scelta di farsi piccoli è seguita in modo radicale tanto da affidare il ruolo di narratore al più giovane dei personaggi, il piccolo Rocco, un bambino di otto anni in coma a seguito di un incidente in piscina. Più straniato di così il punto di vista non

potrebbe essere: dal suo stato di incoscienza pur vigile, il piccolo percepisce tutto e racconta, da una prospettiva a metà tra candore infantile e ironia complice, la vita quotidiana, ovvero l'intreccio di relazioni, amicizie e affetti che si viene tessendo tra i ragazzi ricoverati nel suo reparto. Ne risulta messo a fuoco il tema centrale della fiction: la rappresentazione della vita di un gruppo di ragazzi che condividono un'esperienza comune. La trama della serie non risulta, infatti, dall'intreccio di storie individuali sullo sfondo unificante del contesto ospedaliero: è, invece, la storia della nascita e del consolidamento di un gruppo di adolescenti, i cui legami appaiono rafforzati dalla sfida di una quotidianità dolorosa, come può essere, per i giovani, un'esperienza di ricovero prolungato.

L'avventura del gruppo dura, almeno per la prima serie, l'unica andata in onda per il momento in Italia, il tempo della degenza, e termina con la dimissione di buona parte dei membri della banda. Così se la malattia può essere, come ha rivelato lo stesso Campiotti, metafora del disagio adolescenziale, la vicenda dei *Braccialetti rossi* incarna l'esperienza intensa per investimento di energie affettive, ma necessariamente circoscritta nel tempo, di tutte le compagnie di adolescenti. A delinearsi, di puntata in puntata, è una sorta di racconto di formazione collettiva: la avvalorata la comune condizione di malattia che mette duramente alla prova ogni singolo personaggio, ma lo costringe anche a interagire con gli altri.

Insomma, la fiction conferma il rinnovato interesse della più recente letteratura per ragazzi per la raffigurazione della vita di piccole comunità coese di giovanissimi: dalla scuola di magia all'accademia di danza si approda, infine, al contesto più prosaico, ma ugualmente ricco di suggestioni narrative, del reparto pediatrico di un ospedale.

Non per nulla è proprio allo studio delle dinamiche relazionali che va l'interesse della fiction: il titolo si riferisce, infatti, all'emblema scelto dal gruppo, il braccialeto rosso consegnato ai pazienti all'atto del ricovero, simbolo della comune condizione di degenti; ogni personaggio, inoltre, è identificato dal ruolo svolto nella banda. Così Leo, un ragazzo colpito da tumore osseo, è il Leader, Vale il Vice leader, Cris, un'anoressica, è la Ragazza contesa tra i due, Davide, un piccolo cardiopatico, è il Bello, Tony,

interpretato da un giovane attore esordiente, Pio Luigi Piscicelli – un vero piccolo Troisi, tra ironia sorniona, fantasia e mimica tutte partenopee – è il Furbo, Rocco, il narratore, è, visto il ruolo strutturale, l'Imprescindibile.

Gli episodi narrati nelle sei puntate della prima serie raccontano l'intrecciarsi delle relazioni d'amicizia che si stringono tra i giovani pazienti protagonisti, le storie familiari e sentimentali che li coinvolgono, sullo sfondo dei ritmi quotidiani della vita ospedaliera, tra terapie pesanti, interventi chirurgici invasivi e non sempre riusciti, esami clinici e Tac. Un contesto davvero deprimente che dà, tuttavia, risalto all'energia vitale con cui i ragazzi l'affrontano, grazie al supporto saldo della solidarietà amicale. La malattia viene vissuta in una dimensione di socialità condivisa, in forza del sostegno reciproco che i giovanissimi degenti, pur tra liti, rivalità e malumori, non rinunciano mai a offrirsi. Perché sugli adulti, invece, i nostri piccoli eroi non possono contare molto: di fronte alla malattia infantile il mondo dei grandi rivela una fragilità indifesa e disarmata, spia della sostanziale incapacità di reggerne il fardello. Quanto al supporto della famiglia, i sei ragazzi sembrano avere alle spalle l'intero repertorio della crisi odierna dei ruoli genitoriali. Non solo li affligge una serie di lutti familiari, ma anche l'inadeguatezza dei genitori sopravvissuti, quasi sempre separati, latitanti e rinunciari, persino disposti a delegare a compagne o figlie maggiori il ruolo di accudimento dei piccoli malati. Autorevolezza e affidabilità vacillano anche sull'altro fronte adulto coinvolto nelle vicende dei giovanissimi pazienti: quello del personale sanitario, che si mostra dotato sì di sicura competenza professionale, ma non infallibile e complessivamente incapace di coniugare professionalità seria e partecipazione affettuosa alle vicende dei piccoli. Così è per l'autorità suprema del reparto, che risulta essere, peraltro, a netta leadership femminile: a guidarlo, infatti, è la terribile dottoressa Lisandri, inflessibile nell'imporre regole di comportamento e nel proporre le terapie adeguate ai piccoli degenti, ma disposta a cedere alla commozione in una sola occasione, dopo aver effettuato l'intervento riuscito grazie al quale Rocco uscirà dal coma. Un successo questo che chiude con una nota di ottimismo la prima serie, quasi a compensare l'esito tragico della storia di un altro

dei sei della banda, il piccolo Davide, morto a seguito di un intervento fallito. Insomma, medici e infermieri appaiono solleciti nello svolgimento dei loro compiti, ma mai davvero incoraggianti, qualche volta persino impietosi nel comunicare con franchezza disincantata ai piccoli pazienti notizie intorno al decorso clinico e alle prospettive di guarigione. Del resto la loro presenza è prevista dal contesto, ma a patto che il ruolo ne risulti defilato: la scelta della fiction è quella di esaltare non la professionalità generosa di medici e infermieri, ma l'esuberanza vitale e lo spirito di iniziativa dei ragazzi, a dispetto dei freni che la condizione di ricoverati e gli interventi dei sanitari cercano di imporre loro. Rispetto alle storie recenti di comunità infantili, dove è solitamente adottata la prospettiva dei piccoli, ma riconosciuta la presenza rassicurante dell'autorità adulta, la serie di Rai1 è percorsa da un'inquietudine evidente su questo terreno: non ci sono mentori totalmente affidabili e, in fondo, l'unica autorità adulta riconosciuta è quella di un malato di Alzheimer, Nicola, ricoverato in un reparto contiguo e legato da un rapporto di affettuoso cameratismo al gruppo dei *Braccialetti*. È un po' un mondo alla rovescia quello dell'ospedale dei *Braccialetti*. L'istituto clinico, infatti, per quanto modernamente attrezzato, lontanissimo dagli esempi di malasanità italiana e collocato sullo sfondo improbabile di un paesaggio suggestivo, tra pineta e mare, si rivela, tuttavia, almeno deficitario sul piano della custodia e della tutela dei minori che, non per nulla, lo usano liberamente come campo d'azione per le loro pur ingenue bravate: eccoli scorrazzare tra i reparti in sedia a rotelle, partecipare a partite a poker in bische clandestine interne al nosocomio, accedere ai dati riservati del computer, improvvisarsi graffitari e affrescare con murali le pareti di un reparto, persino tentare con successo sortite clandestine. Si tratta di quel tanto di materia avventurosa che lo scenario ospedaliero permette di orchestrare, sufficiente a dar vita a un intreccio coinvolgente e coerente con il vissuto adolescenziale, tra prime cotte, gelosie, momenti di tensione, ma anche iniziative solidali, feste a sorpresa e concerti improvvisati. Per quanto li condizionino le precarie condizioni di salute, la vitalità non manca ai *Braccialetti rossi*, che preferiscono ridere dei loro malanni, ironizzando su teste calve e gambe amputate, piuttosto

che piangervi sopra. E ridere del cancro può sembrare a tratti anche inquietante, ma, a quanto pare, intriga. Il successo della serie non è solo, tuttavia, conseguenza dell'equilibrio ben dosato tra lacrime e sorrisi su cui la fiction sa reggersi. Neppure dell'appello ai buoni sentimenti consono allo stile di Rai1. A suggestionare il pubblico è, piuttosto, il valore del vitalismo energico e coraggioso con cui il gruppo dei giovani degenti sa reagire alla sfida della malattia, senza subirne gli effetti deprimenti, ma contrapponendovi, anzi, la risorsa efficace di un solidarismo attivo. Quanto basta a rendere coinvolgente e godibile anche la rappresentazione di quel mondo ospedaliero che, raffigurato nei suoi aspetti più crudi e scoraggianti, tra cancro, malattie terminali e dintorni, era fino a poco tempo fa oggetto della rimozione collettiva.

## ALTE TIRATURE

### Derive della scrittura

di Paolo Costa

*Nonostante in ambito prevalentemente filosofico e sociologico l'immagine rappresenti l'unità semantica dei media di massa a scapito della parola, in verità fra immagine e testo non è in atto una guerra, bensì una tensione costruttiva. Anzi potremmo dire che oggi si assiste a un prepotente ritorno alla ribalta del linguaggio verbale, con nuove modalità di trasmissione: la messaggistica degli sms è stata infatti sostituita da WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat, forme di scrittura che però configurano una scrittura "orale" che non si salva, ma si sciupa e dissipa.*

**S**iamo sicuri che quella fra parola e immagine si configuri come una guerra, destinata a concludersi con la sconfitta ineluttabile di una delle due parti e il trionfo dell'altra? Siamo sicuri, cioè, che la dimensione epistemologica della parola – prima solo parlata; poi, sempre di più, scritta – sia alternativa a quella dell'immagine, per non dire antagonista? Me lo chiedo, ogni volta che sono indotto a interrogarmi sui caratteri delle culture massmediali contemporanee, che qualcuno vorrebbe sottomesse alla dittatura dell'immagine e che viceversa mi sembrano concedere una clamorosa rivincita al linguaggio verbale, inteso in particolare come scrittura: quella scrittura «che crea il senso, consegnandolo, affidandolo a un'incisione, a un solco, a un rilievo, a una superficie che si vuole trasmissibile all'infinito» (secondo le parole di Jacques Derrida nella *Scrittura e la differenza*).

Di seguito proverò a sviluppare tre argomenti. Il primo è di tipo empirico: a dispetto di talune profezie massmediali più o meno recenti, è agevole constatare che l'immagine non ha scalzato il linguaggio verbale nella prassi comunicativa contemporanea. Se non la letteratura, per lo meno la scrittura gode di ottima salute nella nostra società. Il secondo argomento riguarda l'esistenza

di una tensione costruttiva fra immagine e testo, che accompagna la storia della comunicazione e dei media. In questo scenario i linguaggi verbale, visivo e musicale tendono a collaborare più che a confliggere; tendono, per meglio dire, a convergere verso un unico progetto di senso. In *Pittura, linguaggio e tempo*, Cesare Segre parla di «reciprocità» fra linguaggi e segni. Tale tensione si è accentuata a mio parere in seguito alla digitalizzazione dei media, ossia all'avvento di una modalità universale di processazione dei messaggi. Il terzo argomento, infine, si riferisce alla deriva di talune forme della scrittura contemporanea, nelle quali la funzione caratteristica di differimento temporale e disancoramento dal contesto tende a indebolirsi.

Parto dal primo dei tre punti. In ambito sociologico e filosofico è tuttora prevalente l'idea secondo la quale l'immagine – in forza della sua riproducibilità tecnica, affinatasi nel corso del Novecento – abbia finito per costituire l'unità semantica dei mezzi di comunicazione di massa. Ed è ancor più diffusa la convinzione che il processo di digitalizzazione dei contenuti abbia impresso una formidabile accelerazione a questa tendenza, determinando una pervasività dell'immagine nel mondo contemporaneo. Talché ci si è preoccupati molto, in questi anni, di definire i caratteri delle differenti culture visuali, ossia l'insieme dei fattori che condizionano e guidano l'interazione fra visualità, apparati e istituzioni. Penso, fra gli altri, al lavoro fondamentale di Nicholas Mirzoeff, compendiato nel suo *Introduzione alla cultura visuale*. Subiamo il bombardamento delle immagini e siamo indotti a ritenere che esse siano portatrici di una peculiare forma simbolica. In questo senso, proprio in riferimento alle immagini che affollano i canali di comunicazione digitali, si parla spesso di estetica dei nuovi media. Inoltre ci capita di intrattenere con le immagini elettroniche un rapporto bulimico: le ingeriamo senza sosta, animati da un'ossessione collettiva. Salvo poi verificare che tale diluvio visuale si associa a una perdita della capacità referenziale delle immagini stesse. Ci dobbiamo dunque collocare in un'era postfotografica? L'era dell'immagine ontologicamente infedele? Quella che Jean Baudrillard chiamerebbe immagine-simulacro? Siamo, in definitiva, accerchiati da immagini che non dicono alcunché, a parte se stesse?

Non lo credo. Intanto non mi pare che stiamo assistendo al tramonto del linguaggio verbale. Al contrario: la parola è tornata con prepotenza alla ribalta, segnatamente nella sua forma scritta. C'è stato un tempo in cui Benvenuto Terracini aveva buon gioco ad affermare che «l'uomo della strada parla tutti i giorni, ma scrive soltanto nelle grandi occasioni» (*Conflitti di lingue e cultura*). Oggi una simile considerazione andrebbe riformulata, poiché l'uomo della strada non fa altro che scrivere. L'espressione più evidente di questo cambiamento è rappresentata dall'esplosione della messaggistica istantanea. Agganciati al mondo per mezzo di dispositivi mobili, produciamo ogni giorno una quantità inaudita di frammenti testuali. Certo, la tecnologia degli sms – in auge per vent'anni, fino al 2012 – cede oggi il passo a nuove modalità trasmissive, abilitate da applicazioni come WhatsApp, Facebook Messenger, Viber e WeChat. Ma la sostanza non cambia: la messaggistica istantanea, privata o di gruppo, sembra essere la cifra fondamentale del nostro rapporto con il cellulare. Al punto da avere trasformato il telefono in una macchina per scrivere, molto più che per parlare. Secondo le stime di Informa, lo scorso anno nel mondo si sono scambiati 8mila miliardi di sms e 18mila miliardi di comunicazioni tramite WhatsApp. Questa frenesia si manifesta anche in Italia, ovviamente. Quest'anno nel nostro Paese saranno scambiati – fra sms e altre modalità – 71 miliardi di brevi messaggi.

Ma la stessa frenesia si estende ad altre forme di scrittura contemporanea, le quali si affermano nella Rete con una forza di propagazione inaudita, salvo poi essere scalzate da modalità ancora più nuove. C'è stata la stagione gloriosa dei blog, di cui a questo punto è difficile stabilire il numero esatto e l'effettiva operatività, ma che potrebbero aggirarsi oggi, a livello mondiale, fra i 100 e i 150 milioni. Ora c'è l'ossessione collettiva per i social network (solo su Facebook vengono pubblicati ogni mese 30 miliardi di contenuti). C'è Twitter (250 milioni di brevi messaggi al giorno). E continua a esserci la posta elettronica (50-100 miliardi di email al giorno, secondo le stime più attendibili).

Certo, si potrebbe obiettare che queste esperienze mediali si edificano sulle macerie di altre, basate sulla scrittura e assurte in passato al rango di generi o forme d'arte: la lettera, innanzi tutto.

Ma il punto più interessante – ed è il secondo dei tre argomenti che intendo qui affrontare – mi sembra un altro: si tratta in tutti i casi di scritture dallo statuto ibrido. Il linguaggio fonetico non viaggia solo, ma accompagnato da altro: simbolismi grafici (per esempio gli emoticon), suoni, immagini istantanee o in movimento. I 30 milioni di messaggi pubblicati ogni mese dagli utenti di Facebook non sono solo testi, o non sono testi allo stato puro; sono – anche – collegamenti ipertestuali, fotografie, filmati, contributi sonori, calligrammi. Tutte cose che Facebook chiama “pezzi di contenuto” (*pieces of content*). Anche la messaggistica istantanea rispecchia questa varietà, soprattutto quando l’esperienza è consumata in mobilità. I giovanissimi utenti di WhatsApp, per esempio, sono soliti performare il proprio atto linguistico in forma orale, pronunciandolo al telefono e lasciando che l’applicazione inoltri il relativo file audio al destinatario. E spesso i dialoghi sono costituiti da un’alternanza di testi, immagini e suoni. Ma la stessa *timeline* di Twitter è un rumoroso susseguirsi di link, messaggi verbali, fotografie e filmati.

Tutto ciò sembra corrispondere al paradigma di quella che in *Software culture* Lev Manovich definisce la «cultura del software». Il linguaggio dei nuovi media comporta modularità, variabilità e transcodifica culturale, in quanto tutte le forme medialità condividono il medesimo codice digitale. Il fatto che, dal punto di vista del formato, non vi sia differenza fra un testo e un’immagine, alimenta la cultura della convergenza e della rimediazione. Al centro di tutto il computer, inteso come *metamedium*.

Tuttavia si rischia di porre fin troppa enfasi su ciò che di nuovo c’è nei nuovi media. Credo che si potrebbe ripercorrere tutta la loro storia e quella delle arti del XX secolo privilegiando una chiave di lettura in apparenza periferica, ma in effetti persistente e caratterizzante: quella della integrazione fra parola e immagine, o – più in generale – fra modalità espressive diverse. Si tratta di una corrente in parte sotterranea, ma sempre presente. In fondo già Ezra Pound, attento alle qualità sonore e plastiche della comunicazione verbale, nel *Canto LXXXVI* riconosceva che non può risolversi tutto in un solo linguaggio: «it can’t be all in one language». Una conclusione che avrebbe potuto sottoscrivere

anche James Joyce. Il quale a propria volta subì la fascinazione del wagneriano *Gesamtkunstwerk*, l'opera d'arte totale in cui convergono musica, drammaturgia, arti figurative, poesia e coreutica.

In questo filone colloco il «moi aussi je suis peintre» di Guillaume Apollinaire e i suoi *Calligrammes*. Ci leggo l'idea di una poesia che si appella agli occhi, che deve essere vista oltre che recitata; ma anche la consapevolezza di una cultura tipografica che conclude brillantemente la sua carriera e cede il passo al cinema o al fonografo. Penso ugualmente a Stéphane Mallarmé, o agli esperimenti poetico-tipografici dell'americano Edward Estlin Cummings. Per arrivare a tutte le forme di "poesia concreta", in cui l'esperienza estetica è veicolata più (o anche) dagli attributi tipografici delle parole che dal loro valore semantico e fonetico. È il caso degli esponenti del Gruppo di Vienna: Hans Carl Artmann, Gerhard Rühm e Konrad Bayer. E tralascio qui di parlare di due media – vorrei dire: due arti – che appartengono per definizione all'esperienza novecentesca, come il cinema e il fumetto.

Ma a ben vedere gli esercizi avanguardistici di poesia concreta sono riconducibili a modelli remoti e potrebbero trovare il loro archetipo nel *carmen figuratum* latino, per non dire in esempi ancora più antichi della letteratura greca, passando attraverso le strofe di *Easter Wings* o *The Altar* di George Herbert (in *The Temple*, un'opera del 1633).

Il terzo argomento ha a che fare con la funzione della scrittura. Se questa ci è sempre apparsa come un modo di immagazzinare, manipolare e trasmettere la conoscenza, in quale tipologia dovremmo ascrivere alcune delle scritture contemporanee in precedenza menzionate? Maurizio Ferraris ricorre alla categoria della documentalità per definire, sulla scorta di Derrida, uno statuto della scrittura e una ontologia degli oggetti sociali (*Documentalità. Perché è necessario lasciare tracce*). Una ontologia fatta di registrazioni e di documenti, i quali hanno accompagnato la storia della cultura umana e oggi ingorgano i nostri computer e i nostri cellulari. Il telefono, in particolare, ripudia apparentemente la propria etimologia e cessa di essere un mezzo fonocentrico, per diventare luogo dell'écriture. Ma le cose non sono così semplici. A parte il fatto, già evidenziato, che quelli scambiati via telefono non sono

propriamente testi, ma “pezzi di contenuto” transcodificabili, è proprio nella loro scarsa capacità di documentalizzare che scorgo un nodo concettuale. Non tutta, ma buona parte della produzione testuale che affolla le piattaforme di messaggistica istantanea e i social network si configura come scrittura senza differimento. È una scrittura “orale”, che non sposta i confini della memoria, che non si salva ma al contrario si sciupa e dissipa, e dunque non si documentalizza. Ciò che si documentalizza, semmai, è il metatesto (o metadato), ossia l’informazione relativa a ciascuno dei nostri atti performativi nella Rete: la materia prima su cui società come Google, Facebook e Amazon fondano il loro profitto.

La messaggistica istantanea è una scrittura *in presenza*. Derrida ha in mente una scrittura diversa, caratterizzata dall’assenza del soggetto che l’ha prodotta. E postula la leggibilità illimitata del testo, la molteplicità delle letture e delle interpretazioni, proprio a partire dal fatto che esso si distacca dal soggetto e si rende disponibile al di là del suo tempo. Ma nella messaggistica istantanea non c’è differimento. Quindi il fenomeno della *différance*, caro a Derrida, si manifesta qui in forma attenuata. Se da un lato c’è distanza (differenza) fra il segno e ciò di cui esso prende il posto, dall’altro c’è vicinanza (compresenza) dei soggetti che scrivono e leggono. Anche per questo i testi istantanei dei nuovi media tendono alla brevità. Nulla a che vedere con la *quickness* di Italo Calvino. Essa è rinuncia a una strategia analitico-temporale, a favore di una visione sintetica. E questa, se non è la fine della scrittura, certamente è la fine del romanzo.



## GLI EDITORI

---

### **Cronache editoriali**

Un mondo di antipatie  
*di Paola Dubini*

Il buon libraio.  
Intervista a Romano Montroni  
*di Luca Maccarelli*

Seri e impegnati fino alla futilità  
*di Dario Moretti*

Bei libri e buoni cibi  
*di Alessandro Terreni*

Il volto oscuro della Rete  
*di Sylvie Coyaud*

Promuoversi da sé... con la collaborazione  
della comunità  
*di Laura Cerutti*

I veri numeri della regina della Rete  
*di Walter Galbiati*

L'editoria italiana oltreconfine  
*di Andreina Speciale*



## CRONACHE EDITORIALI

### Un mondo di antipatie

di Paola Dubini

*L'ostilità nei confronti di Amazon è sempre più diffusa non solo tra i concorrenti del digitale, ma anche tra gli editori, i librai e gli autori di tutto il mondo: numerose nei mesi scorsi le denunce, i processi, i boicottaggi e le coalizioni ai danni del colosso di Seattle. All'origine di questa antipatia c'è la crescita lenta, ma continua, di un'azienda che negli ultimi quindici anni non ha sbagliato quasi nulla, giungendo ad avere un'influenza senza precedenti sulla filiera internazionale del libro.*

**A**rriva un momento in cui le imprese fortemente innovatrici, quelle che cambiano le regole del gioco, quelle in cui tutti i migliori laureati del mondo vorrebbero andare a lavorare, quelle che tutti conoscono e che tutti usano per la loro capacità di servire i clienti in modo rapido efficace a basso costo, quelle che sono DAVVERO brave, improvvisamente risultano antipatiche.

È successo. Improvvisamente tutti quelli cui Amazon sta antipatica hanno qualcosa da dire. E si parla di Amazon anche fuori della ristretta cerchia degli addetti ai lavori; se ne parla in Rete, fuori dalla Rete. Insomma chi lo avrebbe mai detto che una libreria, per quanto molto particolare, avrebbe fatto parlare così tanto di sé?

Amazon sta antipatica ad Apple, perché per quanto i tablet e gli smartphone siano molto più versatili rispetto ai lettori di e-book, chi ama leggere e legge tanto e legge digitale trova effettivamente di gran lunga preferibile leggere su un e-reader che non su un telefono o un tablet. Saranno pochi, saranno snob, ma quando si appassionano alla lettura leggono tanto. E l'e-reader rende giustizia al testo, alla parola. *No frills*. Sono solo i giocatori di videogiochi che sanno appassionarsi così tanto. E quindi, Apple fa fatica a star dietro ad Amazon sui libri, come Amazon peraltro

fa fatica a stare dietro ad Apple sugli altri contenuti digitali; per fortuna per Amazon ci sono Google e Samsung, che stanno molto antipatici a Apple, e che la tengono sulla corda, altrimenti quei due probabilmente litigherebbero apertamente come facevano una volta Amazon e Barnes & Noble, ai tempi della quotazione di Amazon, correva il 1997. È da allora che Amazon sta molto antipatica a Barnes & Noble, la più grande catena di librerie al mondo, che sta passando i suoi guai per colpa di Amazon e per malgoverno suo. La chiusura di Borders le ha dato un po' di ossigeno, ma c'è poco da stare allegri. Anche perché i risultati di molte delle mosse giocate sia da Barnes & Noble sia da Amazon hanno prodotto risultati modesti per l'una e stellari per l'altra. Amazon arriva prima e gioca meglio.

Amazon sta palesemente antipatica ai grandi editori. Perché Amazon è stata bravissima nel toglier loro la terra sotto i piedi e crearsi un enorme potere negoziale. Ci sono voluti quindici anni e il risultato è sotto gli occhi di tutti. Ha cominciato a vendere libri su carta online. E lo ha fatto molto bene, con uno straordinario servizio al cliente finale, il che spiega come mai in un settore maturo, povero e fatto di pochi compratori ci fosse spazio per un nuovo canale, per di più costoso come la vendita a domicilio (e gli Stati Uniti sono grandi, e Amazon nella cartina degli Stati Uniti è partito localizzato in alto a sinistra. Consegnare un libro da 20 dollari a una signora della Florida con cortese sollecitudine deve essere stato bello costoso all'inizio, il che spiega la determinazione e l'energia a crescere tanto e molto in fretta...). Per i primi anni Amazon ha fatto il libraio online e ha messo a punto una macchina logistica impressionante. Poi ha incorporato il print on demand, comprandosi un'azienda che offriva servizi di *vanity publishing*, di fatto offrendo un servizio agli editori. Perché ristampare o stampare in piccoli lotti quando si può vendere prima e stampare poi? E Amazon era l'attore perfetto per gestire contemporaneamente la distribuzione fisica e quella on demand. Lavora con tantissimi clienti e con tantissimi editori. Il cliente ordina un libro, Amazon controlla, se c'è la copia fisica in magazzino impacchetta e spedisce, altrimenti schiaccia il bottone e stampa on demand. E i volumi sono tali da rendere il gioco economicamente molto conveniente,

sia per l'editore sia per Amazon. Ma la danza la conduce Amazon. E quindi io sospetto che a quel punto (siamo in un intorno del 2005) i rapporti fra Amazon e gli editori abbiano cominciato a raffreddarsi, a diventare più negoziali. Non lo sappiamo, perché l'editoria è un mondo notoriamente di persone riservate, ma io penso che la ruggine sia partita da lì.

Nel 2008 più della metà delle University Press e quasi tutti gli editori di titoli di varia negli Usa stampano on demand parte del loro catalogo. E a quel punto Amazon comincia a dire agli editori che se vogliono vender libri stampati on demand attraverso la sua libreria online devono utilizzare il suo servizio di print on demand. E a novembre 2007 ha lanciato Kindle; e ha aperto su grande scala il servizio di self publishing digitale o di print on demand agli autori. E poiché la libreria online ha scaffali infiniti, non fa particolare fatica a offrire ai suoi lettori la possibilità di acquistare libri su carta, e-book pubblicati dagli editori, e-book autopubblicati.

Il lancio di Kindle non è esente da rischi. Imparare la disciplina di produrre hardware quando si è nati commercianti digitali di contenuti non è cosa di poco conto. E per stare nei costi bisogna vendere tanti Kindle in poco tempo, condizione necessaria per aprire il mercato dei contenuti digitali. E quindi Amazon abbassa con determinazione il prezzo di Kindle per aumentare al massimo la base installata, e fa tutto quello che può per abbassare il prezzo del contenuto, che è la parte del valore del libro su cui l'editore ha il suo margine. E nel caso dei libri autopubblicati organizza un modello di business per cui la percentuale del prezzo "di copertina" riconosciuta all'autore è molto alta, ma i costi dei diversi servizi editoriali e di promozione, tutti acquistabili on demand, sono tutt'altro che trascurabili e a suo carico. Amazon trasferisce il rischio imprenditoriale della pubblicazione del libro dall'editore all'autore. E intermedia. Questo sistema, davvero ben pensato e ancor meglio realizzato, danneggia gli editori da diversi punti di vista: sposta il valore del prodotto dal contenuto al contenitore (Kindle); diminuisce il valore percepito equo agli occhi del debole lettore (che comunque è il grosso del mercato) che può leggere a 0,99 la storia d'amore in ambiente ricco o il libro fantasy che avrebbe comperato su carta in edicola o al supermercato a 4,99;

sottrae autori (interessati dalla prospettiva di guadagnare il 30% di 0,99 piuttosto che il 2% di 4,99 e non del tutto consapevoli dei costi occulti connessi all'autopubblicazione); ma soprattutto aumenta enormemente il grado di controllo di Amazon sulle filiere del libro, che nel frattempo sono diventate più di una, libri fisici, libri digitali, pubblicati, autopubblicati, nuovi, usati. Su tutte Amazon ha molto da dire. E poiché i suoi clienti si misurano in milioni in tutto il mondo, appare difficile ignorarlo.

Per contrastare questo potere, i grandi editori sono diventati sempre più grandi fondendosi fra di loro e si sono accordati con Apple. Erano quasi riusciti a creare un canale digitale alternativo con la potenza di fuoco di Amazon, fino a quando un giudice ha detto che no, stavano colludendo e che andava di mezzo la libera concorrenza e la tutela del consumatore. Io sinceramente faccio un po' fatica a capire come Apple e gli editori non siano riusciti a difendersi adeguatamente e a dimostrare che una posizione di monopsonio non fa bene per niente alla concorrenza e alla tutela del consumatore, ma tant'è. Sta di fatto che la sentenza ha decisamente favorito Amazon, che nel frattempo, forte e prepotente, ha cominciato a essere sempre più *demanding* nei confronti degli editori, finché questi non hanno cominciato a protestare *apertis verbis*. Prima Macmillan, poi Disney, poi Hachette. Scatenando tutte le altre antipatie e rendendole pubbliche.

Così adesso sappiamo che la posizione nei confronti di Amazon di alcuni piccoli editori – quelli della “coda lunga”, sistematicamente tagliati fuori dalle librerie e con enormi problemi di visibilità, per i quali Amazon sembrava la panacea – si sintetizza in un proverbio milanese: «piuttosto che niente, meglio piuttosto». Amazon ha reso possibile a molti editori essere trovati dai lettori. Però la presenza in Rete è condizione necessaria ma non sufficiente per essere visibili e acquistati. Amazon ha moltiplicato i mercati dei libri e ha stimolato una crescita enorme dei titoli in commercio, ma questo ha significato visibilità e gloria per un numero minuscolo di autori. Che sanno bene che le remote possibilità di successo dei propri sforzi editoriali si basano su un faticoso gioco di sponda fra moltissimi canali, fisici e virtuali; probabilmente poco costoso in termini economici ma molto dispendioso in termini di tempo.

E sappiamo che Amazon è una azienda molto appetibile per pochi brillanti laureati di tutto il mondo, ma che offre tante opportunità di lavoro faticoso, ripetitivo e con nulle prospettive di crescita. Buona parte del suo business dipende da una efficientissima macchina logistica. E le efficientissime macchine logistiche sono ossessionate dall'efficienza. E sappiamo anche che Amazon fattura molto in tanti Paesi ma paga le tasse là dove costa meno pagarle; e questi fatti bastano a rendere Amazon decisamente antipatica a molti, indipendentemente dal fatto che operino nelle filiere del libro.

Tutta questa antipatia diffusa sta producendo conseguenze, a velocità, intensità ed efficacia diverse: per esempio, sta portando a una attenzione rinnovata alle boccheggianti librerie, al lavoro delle biblioteche, ai modelli partecipati. E naturalmente sta stimolando l'azione di lobby nei confronti del legislatore. Negli Stati Uniti diversi autori di bestseller hanno firmato ciascuno 5.000 copie dei propri titoli per permettere a Barnes & Noble di avere un'offerta esclusiva per la campagna di vendita di Natale, di gran lunga il periodo dell'anno in cui si vendono più libri, e diversi gruppi di attivisti spingono a boicottare Amazon. In Europa è in discussione una proposta di legge che propone di tassare le imprese multinazionali a tassi proporzionali al volume di affari nei diversi Paesi in cui operano. E fuori dai libri, i vari Google, Samsung, Apple, Sony, Walmart, e le aziende che offrono servizi cloud fanno e faranno del loro meglio per favorire o ostacolare Amazon. Insomma c'è baruffa nell'aria; e c'è un sacco di lavoro da fare, anche per Amazon. Gli e-book sono un prodotto maturo negli Stati Uniti e un prodotto nato stanco in molti altri Paesi. E l'evoluzione dell'e-book non è detto che sia una nuova forma del libro, o che le storie si raccontino sui libri. Bezos si è comperato il «Washington Post», ma non sappiamo se Amazon si occuperà di educazione o di giornali.

Staremo a vedere: certo è che, per quel che riguarda il mondo del libro, sarà difficile contrastare Amazon se non si diventa un po' come lei: coraggiosi, determinati, con visione. E dannatamente bravi e veloci nell'esecuzione.

**CRONACHE EDITORIALI**  
**Il buon libraio.**  
**Intervista a Romano**  
**Montroni**

di Luca Maccarelli

*Le idee del presidente del Centro per il libro e la lettura Romano Montroni sul mondo del libro sono chiare: la prossimità con il cliente è il valore aggiunto della libreria, gli sconti non servono a vendere più copie, l'identità – soprattutto nel caso delle librerie di catena – è un valore fondamentale e non può essere barattata con la "quantità". E per quanto riguarda il digitale, il giudizio è netto: gli editori farebbero bene a curare attentamente le proprie opere in cartaceo; per l'affermazione degli e-book deve passare ancora molto tempo.*

*Un buon libraio, come un buon redattore, è sempre anche un buon lettore. Quante volte i gusti del lettore Montroni sono andati di pari passo con le esigenze del venditore Montroni?*

Moltissime volte. Io non riesco a suggerire libri che non mi abbiano suscitato dell'emozione. Se un libro mi ha emozionato, sono – senza falsa modestia – un venditore fantastico; altrimenti, pur non sdegnando alcun titolo, non riesco a cavalcarlo fino in fondo.

*Qual è il successo più inaspettato che le è passato fra le mani?*

Sicuramente *Open*, di Andre Agassi, un libro stupendo soprattutto per i giovani, ma all'inizio non credevo sarebbe andato così bene. Come anche *Stoner* e *La verità sul caso Harry Quebert*.

*E il libro su cui ha puntato molto e le cui vendite non si sono rivelate all'altezza delle aspettative?*

*Danza delle ombre felici* di Alice Munro, che era in libreria quando l'autrice ha vinto il Nobel, e *Resistere non serve a niente* di Walter Siti, vincitore dello Strega. Con i premi può capitare: quei libri riempiono le librerie e tutti sono entusiasti della qualità, poi per qualche motivo non sempre hanno il successo atteso.

*Crede che ridurre il prezzo del libro possa essere utile per ampliare la cerchia dei lettori?*

No, gli sconti non fanno vendere di più: c'è una corsa all'accaparramento dei libri da parte dei lettori forti, ma poi nei due mesi successivi quei lettori forti non comprano più nulla. In parte diverso è il caso dei collaterali ai quotidiani: quei libri hanno seminato un po' di curiosità in chi non leggeva o leggeva poco, con ricadute anche sulle librerie. Capitava per esempio che, stimolati dai volumi visti in edicola, i lettori che passeggiavano in libreria comprassero quegli stessi titoli (che il bravo libraio aveva prontamente messo in vista nelle edizioni tascabili), e spesso non si trattava di frequentatori abituali.

*Nell'epoca degli store online, in cui è possibile trovare tutto quello che c'è in commercio e acquistarlo comodamente da casa, perché un lettore dovrebbe ancora andare in libreria? Qual è il valore aggiunto che deriva dal rapporto tra libraio e cliente?*

Il primo valore aggiunto è la relazione. L'essere umano ha bisogno per natura di relazionarsi con gli altri: come bambini appena nati, anche i lettori hanno bisogno di sentirsi "riconosciuti". Oggi, la libreria che si dà un'identità e un modo di essere socialmente apprezzabile per chi entra è una libreria vincente, che distoglie il cliente dallo strumento freddo e insignificante che è lo schermo di un computer. Certo, Internet può offrire una gamma di proposte e una quantità di titoli che la libreria non potrà mai garantire, però sono convinto che, salvo casi sporadici, solo il cliente maniacale è disposto, pur di avere a disposizione tutto e subito, a rinunciare a muoversi in un ambiente confortevole dove è riconosciuto, dove c'è una relazione e dove può prendere in mano i libri. È sicuramente vero che, se di un libro si conoscono autore e titolo e lo si è già visto in libreria, ordinarlo su Internet può risultare più semplice e comodo; ma se c'è bisogno di maturare idee mentre si guarda un settore – quello della narrativa, per esempio –, Internet non è paragonabile alla libreria. Io, e come me molti lettori, ho bisogno di vedere i volumi fisicamente, uno per uno, di leggere il risvolto di copertina, di

sapere cos'altro ha scritto l'autore... Tutte queste informazioni si possono trovare anche in Rete, è vero, ma non è la stessa cosa. Nel film *Lei*, per esempio, il protagonista – innamorato di una voce – nel finale stringe una relazione con una donna in carne e ossa: la fisicità è un valore. Come dice Umberto Eco, la ruota è nata tonda, ancora non hanno inventato un'alternativa! Naturalmente, questo non vuol dire che non si possa avere un'integrazione tra le due tipologie di libreria. Quanto agli e-book, rimane il fatto che una casa senza biblioteca fisica sarebbe impensabile. Provi a immaginare un ragazzo che ha un iPad e scarica solo libri digitali: la bellezza delle edizioni dove la mettiamo? E i libri d'arte con le loro immagini meravigliose?

*Negli ultimi anni si sente sempre più spesso dire che gli editori non hanno più un'identità forte, un progetto al centro della loro produzione editoriale. Pensa che lo stesso possa dirsi delle librerie?*

È vero per molte librerie di catena. Sono stato per decenni in una catena – la Feltrinelli, fondata da Giangiacomo Feltrinelli – dove l'identità era fortissima, ma oggi l'identità viene spesso confusa con la quantità. Io invece credo che sia legata al progetto d'impresa che ci si dà. Penso, per esempio, che un editore di grande prestigio e spiccata identità come Mondadori, con una produzione che spazia dagli «Oscar» ai «Meridiani», avrebbe potuto usare meglio la sua forza propulsiva dandosi un'identità altrettanto forte nelle librerie. Dalle Feltrinelli sono passato alle librerie.coop. Le Coop – delle quali, prima di essere coinvolto nell'avventura delle librerie, nove anni fa, conoscevo solo i prodotti alimentari – avevano un progetto fantastico: quando è stata messa in piedi, la catena si ispirava al principio della qualità, lo stesso che ispira tutti i prodotti e le iniziative a marchio Coop. I giovani assunti hanno frequentato corsi di formazione e sono stati seguiti perché diventassero veri librai; abbiamo voluto assortimenti ampi e profondi. Non so come andrà a finire, però il nome Coop rimane sinonimo di qualità. Oggi le Feltrinelli sono cambiate perché è cambiato il loro progetto: puntano sulla verticalità, non sull'estensione. Ma non bisogna dimenticare che, quando si toglie al libraio la facoltà di prenotare, di essere protagonista

del proprio assortimento, lo si priva di una funzione primaria. Questo non significa che non si possa concentrare le prenotazioni per determinati titoli o in occasione di determinate campagne, ma al libraio bisogna lasciare il compito di scegliere, valutare e poi prenotare. Pensiamo al caso Waterstones, in Inghilterra: alla guida dei 320 megastore hanno chiamato James Daunt, libraio di tradizione, che li conduce come conduceva la sua piccola libreria. Ogni libraio dovrebbe ragionare a seconda del territorio di pertinenza: non si può centralizzare, non si può gestire una libreria come un ipermercato. E se il libraio non è partecipe, se non espone il libro giusto, al posto giusto, al prezzo giusto, la libreria non può avere successo: per *gestire* con efficienza, però, il libraio deve anche *capire* meccanismi e realtà della libreria, e questo avviene solo se riceve una formazione adeguata, che tra l'altro lo porta a razionalizzare i rapporti con editori e distributori. I tedeschi fanno due anni di formazione e hanno le migliori librerie del mondo, le più belle: è evidente che le due cose sono legate.

*A proposito di formazione, da trentadue anni la Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri forma le nuove generazioni di librai, così come dal 2006 fa la Scuola librai italiani. Anche i master in editoria negli ultimi anni hanno avuto grande attenzione da parte delle case editrici. A suo parere, quanto è importante in questo settore la formazione professionale?*

Moltissimo! La formazione è fondamentale. Io auguro a tutti i ragazzi dell'incontro odierno [gli studenti del Master in Editoria promosso dall'Università degli Studi di Milano, Associazione italiana editori, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori. N.d.R.] di avere la possibilità di lavorare in casa editrice. Ho avuto la fortuna di insegnare per sei anni al Master in Editoria Cartacea e Multimediale dell'Università di Bologna, diretto da Umberto Eco, e gli studenti di quei corsi ancora mi ringraziano per le molte ore di lezione sulle librerie. Chi fa libri deve sapere come ragionano i librai. Un libraio non è un passa-titoli ignaro: è naturalmente un commerciante, ma sa qual è il libro giusto da esporre, e se un libro non è adatto alla sua zona e alla sua clientela, non lo tiene. Non si può bombardarlo di libri senza discernimento. Quando lui pre-

nota un libro, d'altro canto, deve avere ben chiara quale sarà la sua utenza. Quindi, per un libraio l'identità è decisiva, ed è solo attraverso la formazione che può darsela. Le librerie oggi devono assumere una forte identità nella proposta: la genericità non è più sostenibile, perché a quel punto le librerie online risultano più attraenti. L'impegno vero, per i librai, è prestare un'attenzione minimalista a operazioni quotidiane come manipolare gli scaffali e i tavoli, spolverare, selezionare ed esporre le recensioni ecc. e, in generale, al servizio al cliente. In un Paese dove si legge poco come in Italia, puntare sull'identità e sul servizio è a mio parere la carta vincente. Lo dimostra il fatto che le librerie che scelgono questa linea non regrediscono nel fatturato: e più spesso sono le indipendenti, a fare questa scelta, perché nelle librerie di catena – se non ci sono precise indicazioni in tal senso – è più difficile ritagliarsi spazi di autonomia.

*C'è qualche falso mito che ritiene gli editori debbano affrontare e risolvere rapidamente?*

Gli editori in questo momento sono primariamente orientati a curare gli e-book, pensando che da qui a pochi anni possano rimpiazzare i libri cartacei. Io invece penso che farebbero bene a curare le edizioni tradizionali: nella carta, nel formato, nella grafica, negli argomenti. Nel tempo la qualità ha sempre pagato, lo dimostrano case editrici come Adelphi, Sellerio, Guanda, Einaudi, solo per citarne alcune: i loro libri sono così belli e curati che suscitano la voglia di possederli. O si pensi, per il passato, alla «Medusa» di Mondadori, alla cura con cui venivano scelti gli autori, all'eleganza della veste grafica, alla cura redazionale... Sono convinto che gli editori dovrebbero entusiasmarsi meno per i fenomeni nuovi – che non significa ignorarli – e battere costantemente la strada della qualità. Detto questo, non bisogna snobbare nulla, se ha mercato; Fabio Volo, per esempio, interessa un gran numero di lettori deboli che altrimenti non leggerebbero affatto. A Bologna, alla presentazione in libreria del suo ultimo romanzo c'erano oltre 1500 persone, soprattutto ragazzine, e sono state vendute 800 copie. È una semina che dà frutti!

*Da aprile scorso lei è stato nominato presidente del Centro per il libro e la lettura: cosa si propone di ottenere da questo incarico, in ottica libraria?*

Ho assunto questo incarico con l'ottimismo che mi contraddistingue. Il Centro ha due funzioni: sviluppare l'interesse intorno ai libri e promuovere la lettura. Per quanto riguarda la prima, in collaborazione con editori e librai allestiremo una serie di librerie di piazza in varie città – penso soprattutto al Maggio dei libri e al settantesimo anniversario della fine della Seconda guerra mondiale – per far conoscere la produzione editoriale italiana a un pubblico il più vasto possibile, e possibilmente per stimolare la vendita di libri: l'Italia, infatti, oltre ad avere il 57% di non lettori, ha anche zone in cui mancano vere librerie, belle, grandi, di qualità. Per quanto riguarda invece la promozione della lettura, in collaborazione con i ministeri dei Beni Culturali e dell'Istruzione stiamo organizzando un grande evento di letture ad alta voce nelle scuole, con l'idea di avviare poi un programma sistematico e a lungo termine. Siamo convinti che è nella scuola dell'obbligo che dobbiamo investire tempo, energie e risorse, per far conoscere ai più giovani la gioia che i libri possono dare e per creare e radicare in loro l'abitudine alla lettura. Perché, come diceva il grande Ezio Raimondi: «Il rapporto con la cultura è sempre un rapporto col nuovo che ci permette di conoscere e, nello stesso tempo, di imparare ad accettare i nostri limiti e a combatterli».

## CRONACHE EDITORIALI

### Seri e impegnati fino alla futilità

di Dario Moretti

*Uno sguardo parziale e provvisorio sui blog letterari, sul taglio che scelgono e sul loro successo di pubblico mostra un panorama relativamente positivo: con il sostegno di grandi organizzazioni e gruppi editoriali ci si piazza bene, ma benissimo si classifica chi punta ai contenuti e alla varietà dei temi, nutrendo l'informazione e la discussione con il suggerimento e il commento dei libri.*

«**S**crivere di libri e di lettura deve essere vario esattamente quanto lo sono i libri e i lettori. Perciò talvolta siamo seri, altre volte futili. Alcuni dei nostri scrittori sono professionisti, molti altri no.» Lo afferma la dichiarazione di intenti di *Book Riot*, uno dei blog letterari più frequentati del mondo, ed è un buon punto di partenza per iniziare l'esplorazione di questo territorio del libro contemporaneo.

Innanzitutto un dato rassicurante: il libro nella visione dei blog letterari è e resta uno solo. La distinzione tanto importante per l'esperienza quotidiana della lettura in questo periodo di transizione – libro di carta/libro digitale – non ha qui la minima rilevanza per nessuno. La differenza tra cartaceo e digitale interessa, e molto, a chi il libro lo produce e lo distribuisce, non al lettore né allo scrittore, almeno in prima istanza. Nei blog letterari il cambiamento in atto nelle abitudini di lettura e di scrittura appare sotterraneo (se non scontato), lo schermo per il lettore di libri è trasparente come lo è tradizionalmente la pagina di carta. Contano i contenuti: nei post convivono fraternamente riferimenti a edizioni digitali e a edizioni cartacee, senza soluzione di continuità. E anche senza evocazioni mitologiche del “fascino della carta

stampata”, con i correlati sensoriali del profumo dell’inchiostro e della tattilità della carta.

Secondo tema chiave: la condizione professionale dello scrittore (leggi: la sua autorità nel mondo del libro, nell’editoria italiana dove quella di scrittore non è di regola una professione) non è un fattore scontato di affidabilità. L’attenzione dei blog letterari è rivolta alla qualità della scrittura e delle idee, raramente al principio di autorità (anche per le pagine che ruotano in tono autopromozionale intorno alla figura letteraria del loro titolare): tutti giudicano tutti, e il lettore che assume – per il tempo di un post – il ruolo di critico è a sua volta criticabile e criticato nel post seguente. È la legge dei blog, in ogni settore, ma qui – altra peculiarità positiva – è relativamente meno frequente che nel discorso si inseriscano *troll* (disturbatori per professione) o si scatenino *flame* (litigi tra blogger, spesso con insulti pesanti). Serietà e amore per la discussione pacata da parte dei blogger letterari oppure efficace sorveglianza degli amministratori/titolari dei blog?

Terzo argomento: la varietà. Il blog non rappresenta un genere di scrittura digitale né un modello editoriale assimilabili a quelli delle riviste letterarie, di divulgazione o accademiche, ma mescola spesso toni e registri delle une e delle altre: «Talvolta siamo seri, altre volte futili». La varietà è certamente la caratteristica principale che distingue un blog letterario da tutti i generi di comunicazione di settore precedenti.

### *La letteratura nel regno della quantità*

Come orientarsi in questa pacata e spesso piacevole atmosfera? Come distinguere un blog letterario prezioso da uno inutile? Certamente in base a criteri di tendenza (come storicamente succedeva per le riviste letterarie) ovvero, più banalmente, ai propri gusti e alle proprie inclinazioni culturali. Nel web c’è posto per tutti. Ma questa (come sempre nel web) è una falsa risposta: un criterio di selezione occorre, o non ci basterà mai il tempo che passiamo di fronte al computer leggendo e scrivendo post.

Una delle prospettive è quella professionale (da serio strumento di marketing editoriale), adottata dalla *Guida galattica delle riviste letterarie digitali*, scaricabile gratuitamente dal sito Tropic

del Libro. Un censimento ricco di informazioni e aperto a ogni aggiornamento. Ma gli strumenti professionali, quanto più precisi sono, tanto meno illuminano quel che sta oltre i confini dell'area editoriale strettamente intesa. E in questo caso pare più conveniente cercare oltre, sul filo dell'interesse dei lettori. Quest'ultimo può andare al di là di quello che è già libro, ampliandosi a quello che potrebbe diventarlo. Vale l'aureo principio che qualunque progetto (qualunque libro) non riguarda ciò che l'utente (il lettore) dice di volere, ma ciò che *potrebbe* volere.

In questa prospettiva una soluzione, meno precisa ma con un panorama più ampio, consiste nel mettere momentaneamente tra parentesi l'inveterato attaccamento alla categoria della qualità per aderire (*Il faut être absolument moderne*) al criterio principe del mondo del web: la quantità, cioè il livello di frequentazione dei blog. Criterio rischioso ma, almeno in prima istanza, concreto.

Definire un blog, come all'inizio di questo scritto, "uno dei più frequentati del mondo" è di per sé un'affermazione rischiosa: sulla corretta misurazione dell'audience dei siti web e dei blog si scontrano le riflessioni teoriche degli statistici e dei sociologi del mercato più agguerriti. Quali sono i parametri più affidabili per giudicare della popolarità (cioè semplicemente per stabilire la quantità di lettori) di un blog? Bastano il numero di clic e la loro frequenza nell'unità di tempo?

Convieni intanto affidarsi a misuratori che in questa attività rischino del loro: società che si giocano la credibilità economica presso le aziende che commissionano loro ricerche di mercato sulla comunicazione via web, e che elaborano per questo criteri raffinati, incroci di dati statistici inediti, estrapolazioni intelligenti... che rimangono tuttavia, per gli stessi motivi, criteri riservati e che, quand'anche non lo fossero, richiederebbero competenze statistiche e informatiche non comuni per essere valutati.

Si tratta dunque di concedere empiricamente credibilità a criteri che potrebbero anche portarci fuori strada, ma che appaiono i più attendibili, al momento e fino a prova contraria. In fondo la scienza non si comporta poi in modo molto diverso nella sua scoperta del mondo... Assunti come credibili questi dati di popolarità, si può risalire a un'analisi delle tipologie dei blog, capirne

qualcosa di più e ricavarne un orientamento accettabile. Fino a prova contraria.

### *Le classifiche*

È quel che si è fatto qui, raccogliendo i dati resi disponibili in rete da Teads.tv Labs, fonte utile non solo per la sua fisionomia di rilevatore professionale, ma anche perché prevede nelle sue classifiche una categoria specifica “Blog letterari” e non si limita, come altri misuratori, a valutare i blog specifici degli scrittori. Per quel che è dato di conoscere, questa classifica dei blog letterari nasce da un incrocio di dati tra “link in entrata” (i collegamenti al blog presenti in altri siti affini) e “condivisioni dei post” sui social media: misura quindi non solo l’apprezzamento dei post di un blog, ma anche la fondamentale capacità di stimolarne la diffusione tra altri potenziali visitatori. In qualche modo una conferma attiva di un giudizio di qualità da parte dei visitatori.

Il primo in classifica nell’ottobre 2014 (e con un trend stabile, cioè con una posizione consolidata) è il blog di una casa editrice: minima & moralia, di minimum fax. La casa editrice è attiva da un ventennio, ma il blog è nato nel 2009 come rivista online. Non si limita a parlare di letteratura, né di libri, che sono solo due delle oltre quaranta categorie in cui sono distribuiti i post, insieme a temi come arte, architettura, cinema, ma anche “calcio”, “esteri”, “lavoro”, “politica”. Il segreto del successo pare proprio la varietà, a riprova che per parlare bene di libri occorre adottarne la trasparenza, cioè parlare di contenuti. Minima & moralia lo fa (seguendo la prospettiva della casa editrice madre) con una gamma completa di interventi, dall’articolo originale alla citazione di contributi comparsi su altre testate, dall’attualità politica e di costume all’approfondimento storico, dalla documentazione alla cronaca.

L’immersione nell’attualità è completa, più efficace di quella di un quotidiano tradizionale (anche in versione online) perché più duttile: la riflessione sulla cronaca viene proposta insieme al dato di fatto, non nella classica formula del giornalismo anglosassone (i fatti separati dalle opinioni) e tuttavia è convincente. Una scelta di impegno, professionale prima che politico, che forse è la carta vincente del successo di questo blog: l’ideologia, se c’è, è

in secondo piano, e soprattutto i libri si promuovono “su misura”, come documenti ulteriori su ciascun tema affrontato.

Fatto ancor più significativo, se si allarga il panorama, nella classifica generale dei blog italiani pubblicata da Teads.tv Labs minima & moralia è al 15° posto: non è poco, considerando che, con il blog di Beppe Grillo ovviamente al primo posto, un blog sul calciomercato è solo al 17°, e quello di Marco Travaglio solo al 20°.

Al secondo posto tra i blog letterari la versione web di una formula di aggregazione tradizionale: Doppiozero è un’associazione culturale, cioè un gruppo di lavoro intellettuale articolato in un blog, in una casa editrice e in un premio per la cultura. Anch’esso adotta la formula del dibattito su temi di ogni genere, ma con una maggior propensione alla riflessione che alla cronaca. Il legame con il libro qui si inverte: il blog, il cui trend è in crescita, propone un catalogo editoriale di una cinquantina di titoli, prevalentemente dedicati alla saggistica, che cristallizzano i temi trattati nelle sue pagine.

Terzo arriva Giap, la “stanza dei bottoni di Wu Ming”, e qui – al di là della notorietà del collettivo letterario e delle sue iniziative – vale la pena di notare come un’altra classifica web, quella di BlogBabel, lo collochi invece al secondo posto della sua classifica dei blog di scrittori: a causa del punto di vista diverso (nessuno dei due blog citati prima può essere identificato come espressione di uno scrittore), paradossalmente Wu Ming viene percepito prima di tutto come un autore, e questo spiega la collocazione diversa nelle due classifiche. Anche qui la risposta cambia secondo il modo di porre la domanda.

Anticipiamo, per affinità di impostazione, che al sesto posto c’è Carmilla on line, fondato e diretto da un raro esempio italiano di scrittore professionista (Valerio Evangelisti), e anch’esso a cavallo tra letteratura e politica, spesso con toni polemici e ruvidi («Non c’è assolutamente niente di moderno nel marchesino Matteo e nella sua corte di petulanti puffi arrampicatori, e boccolute Barbie Leopolda», post di Alessandra Daniele del 2 novembre 2014).

Ma, in tema di taglio scelto dai blog letterari, è significativo come solo al quarto e quinto posto si classifichino due blog

dall'impianto editoriale solidissimo, e con un'origine completamente diversa da quella di un gruppo di intellettuali.

BooksBlog (quarto classificato) fa parte di Bloglo, un contenitore editoriale online che ospita vari canali tematici, con una gamma paragonabile a quella di un mensile a stampa: cronaca, un po' di politica, molta televisione, articoli di costume, o meglio di *lifestyle*, quindi facilmente collegabili a consumi selezionati in funzione dell'immagine di sé che il lettore persegue. Ha un buon sostegno pubblicitario, fa parte di un sistema che comprende anche una pagina Facebook per l'attualità di più veloce consumo. Per quanto riguarda i libri (significativamente, nell'architettura del sito, una sottocategoria della sezione Lifestyle) fornisce un servizio attento ma tradizionale: segnalazione delle novità, delle manifestazioni (BookCity Milano, i premi letterari), sorridenti campagne di promozione della lettura ("Leggere giova gravemente alla salute"), pezzi di colore. Utile al lettore, senza punte polemiche, con un calo di popolarità nei mesi estivi: quindi molti visitatori, ma relativamente poco affezionati e un po' meno motivati di quelli degli altri blog.

Solo al quinto posto il Club de La Lettura (collegato a *corriere.it*), sia pure con un trend stabile e contributi di qualità. Le iniziative online di fama consolidata appaiono in posizioni buone, ma non ottime: Nazione Indiana, dell'associazione culturale milanese Mauta, fondato nel 2003, è al settimo posto e il pioniere Lipperatura di Loredana Lipperini al ventiseiesimo (e con un trend in calo), preceduto dal celebre blog che, più che di letteratura, tratta concretamente di scrittura: Il Mestiere di Scrivere di Luisa Carra da (al 22° posto, in ascesa).

### *Per parlare di libri meglio bloggare d'altro*

Il panorama sembra nell'insieme premiare l'impegno: un paradosso, dopo decenni di recriminazioni sulla perdita della dimensione pubblica della critica, e soprattutto in aperta contraddizione con il luogo comune della superficialità del web. Un impegno variamente orientato, mai organico a forze politiche organizzate ma nemmeno pregiudizialmente ostile a esse, che sfrutta al meglio le possibilità di informazione anche profonda offerte dal

web e che non concepisce mai (almeno nelle prime posizioni della classifica) la letteratura come un territorio da coltivare a parte rispetto al resto della vita. Il libro (di carta o digitale) viene percepito come un naturale strumento per rilanciare opinioni e documentarle. Il che, nei casi di successo, presuppone una professionalità, da parte dei gestori del blog, ben lontana dalla spontaneità che si attribuisce come un pregio all'espressione sul web. Essere seri ma futuri al momento giusto, insomma, sul web appare decisamente conveniente.

## CRONACHE EDITORIALI

### Bei libri e buoni cibi

di Alessandro Terreni

*Già diffuso in sordina tra piccole librerie indipendenti, che si distinguono così dalla standardizzazione delle grandi catene, l'abbinamento di libri e cibo viene ora adottato dalle grandi catene librerie attraverso la partnership con importanti aziende alimentari. Si afferma a questo modo una nuova formula di promozione che esalta gli aspetti materiali del libro e della lettura per attrarre i lettori e guadagnarne di nuovi.*

**L**ibri e musica, libri e film, libri e videogame: da tempo i lettori incontrano, accanto ai prodotti editoriali in senso stretto, un'eterogenea offerta commerciale che risponde a una sempre più estesa domanda di intrattenimento culturale. Le principali catene librerie, infatti, tra gli ultimi anni novanta e i primi duemila, hanno aperto estesi megastore di centinaia di metri quadri dove si propongono, insieme ai volumi, una serie di prodotti (dvd, cd e, in ultimo, e-reader) che, benché non siano libri, dei libri condividono la principale funzione: sollecitare, a fini ricreativi, l'esercizio ludico dell'immaginazione.

Da qualche anno, però, si registra una nuova tendenza in libreria: ai volumi vanno accompagnandosi, in modo sempre più vistoso, altri beni di consumo che, benché rivolti anch'essi alla ricreazione dei consumatori, ne stimolano facoltà invero molto diverse da quelle impegnate nella fruizione culturale in senso stretto, e propongono un intrattenimento che poco ha a che fare con la dimensione essenzialmente immateriale dell'immaginazione e della fantasia. Dapprima in sordina tra le realtà indipendenti, e ora in modo più clamoroso nelle grandi catene, si osserva infatti la simultanea presenza di libri e vivande, da consumare sul lu-

go o da portare a casa: può allora capitare che finiscano insieme, nella stessa busta, l'ultimo thriller di Grisham e un paio d'etti di culatello, o che ci si sieda al tavolo tra le guide turistiche e i classici greco-latini per cenare in compagnia.

Da un certo punto di vista, si potrebbe dire, non c'è niente di nuovo sotto il sole: un bar caffetteria, spesso anche in grado di fornire conforti più sostanziosi di un semplice cappuccino, è già presente, come servizio accessorio, negli store dalle dimensioni maggiori e in piccole librerie di quartiere. Il fenomeno attuale, però, esibisce un deciso salto di qualità, perché si va ben oltre il semplice potenziamento di un servizio aggiuntivo: l'aspetto gastronomico, infatti, ha assunto un'inedita centralità all'interno di una formula di promozione libraria nella quale si associano, con implicazioni e conseguenze tutte da valutare, generi editoriali e generi alimentari. Vediamo allora cosa sta succedendo, e muoviamo qualche considerazione.

È opinione comune che le librerie indipendenti, di fronte all'imperialismo di catene sempre più agguerrite, potranno sopravvivere solo specializzando assortimento e servizio in direzione distintiva: di fronte alle catene dai formati standard, pensati in funzione di contesti *tipici*, «avranno successo le librerie che hanno un rapporto forte con il quartiere o la città», come scrive Roberta Cesana su *Tirature* '12. E aggiunge: «Solo quando questi luoghi di incontro e di socializzazione hanno una base sufficiente di frequentatori affezionati riescono a sconfiggere la concorrenza dei colossi e dei distributori di e-book». Oltre alla specializzazione dell'assortimento librario, dunque, è la qualificazione distintiva del servizio, in termini di fidelizzazione del circondario e di de-standardizzazione dell'offerta, l'elemento su cui puntare: ciò contribuisce a spiegare l'esistenza di piccole librerie-bar, o librerie-enoteca o -birreria, che sfruttano l'abbinamento libri-cibo su piccola scala, al fine di rendere preferibili le loro proposte di lettura nel contesto di esperienze d'acquisto fortemente caratterizzate in termini relazionali e di piacevolezza sensoriale, assenti nei megastore.

I numerosissimi casi di cui si potrebbe parlare possono essere rappresentati con un esempio minimo, ma estremamen-

te significativo, che riguarda Milano: nel decentrato quartiere di Città Studi, infatti, si è trasferita, nella primavera 2013, la storica libreria anarchica Utopia, un tempo nell'allora popolare, benché centrale, corso Garibaldi, oggi – soprattutto dopo la recente riqualificazione urbanistica – zona di gran moda, frequentata più dai turisti che dagli intellettuali. Se, nella vecchia sede, l'Utopia metteva a disposizione della sua selezionata utenza, in orario serale, la possibilità di bere qualcosa, nella nuova i libri condividono gli spazi – più ampi – con una vera e propria osteria aperta tutto il giorno. E dopo che, nella primavera 2014, anche la nuova Utopia ha deciso di traslocare nuovamente, il suo spazio accanto all'osteria – che, invece, è rimasta – è stato occupato da un altro libraio, certo persuaso della plausibilità commerciale della formula. Formula che, mi sembra, intende sostanzialmente distinguere la libreria indipendente dal megastore, enfatizzando, anche attraverso la consumazione di cibi, i significati di condivisione e di appartenenza impliciti nell'atto dell'acquisto.

L'impatto dell'accoppiata libro-cibo, nato in un certo senso *contro* le catene, delle catene ha sollecitato poi l'interesse. Tutto ha inizio nella *grassa* Bologna, città che da secoli, come ricorda l'epiteto, ospita una tradizione culinaria d'eccellenza. Nel 2008 Coop Adriatica, che qualche anno prima, con Coop Consumatori Nordest, Nova Coop Piemonte, Unicoop Tirreno e Coop Liguria, aveva fondato le librerie.coop, si aggiudica il bando per la ristrutturazione e la gestione del grande spazio (1450 metri quadrati) dell'ex cinema Ambasciatori, dove viene aperta, in una centralissima via della città, l'omonima libreria. Coop Adriatica possiede inoltre, con altre Coop, un'importante quota di Eataly, il noto marchio gastronomico del piemontese Oscar Farinetti, il cui successo sta nella diffusione, a prezzi accessibili, di generi alimentari di alta qualità artigianale. La ristrutturazione degli ampi ambienti dell'Ambasciatori, così, offre l'opportunità per avviare una collaborazione tra librerie.coop e Eataly nel contesto di uno spazio multifunzionale in cui sono presenti, oltre agli 85.000 volumi dell'assortimento librario, un articolato spazio ristorazione – caffetteria, osteria, spaccio gastronomico – e un'area per presentazioni e altri eventi. Quindi molto di più di una semplice libreria con

bar: lo slogan, che recita “cultura come cibo e cibo come cultura”, rimanda a una concezione allargata della promozione culturale in cui, con le parole di Domenico Pellicanò, presidente di librerie.coop, «le proposte gastronomiche di alta qualità sono sapientemente abbinata alla qualità delle proposte letterarie e le due non fanno che trainarsi a vicenda».

L’Ambasciatori, dice Pellicanò, rappresenta un caso unico all’interno della sua catena, ma dall’esperienza bolognese si consolida un accordo che prevede, dal 2012, la creazione di uno spazio per la vendita dei libri all’interno di undici negozi Eataly in Italia, spazio gestito direttamente da librerie.coop. Secondo il progetto, ogni area gastronomica o ristorante di Eataly propone libri a tema: nel ristorante vegetariano libri sulle verdure, in osteria libri sui vini e via discorrendo. Gli spazi-libro, definiti per estensione e assortimento in relazione alle possibilità della struttura che li accoglie, sono al momento undici, e si trovano a Roma, a Milano (nell’edificio dell’ex Teatro Smeraldo), a Torino (ben due negozi, complici le origini di Farinetti), a Bari, a Genova, a Firenze, oltre che in altri centri minori. L’assortimento di titoli su gastronomia e cucina, nei limiti del possibile, viene integrato con titoli relativi alla città e al territorio (come previsto dal format delle librerie.coop), e ovviamente con i bestseller del momento.

Insomma un vero e proprio matrimonio d’interesse e d’amore tra libri e vivande, che viene celebrato anche da un altro eminente protagonista del mercato italiano, Feltrinelli. Che apre, nel luglio 2012 a Roma, il primo punto vendita del suo nuovo formato Red, una nuova catena che va ad aggiungersi ai formati già esistenti: Express, Village, *la*Feltrinelli libri e musica. Red significa, com’è noto, “rosso” in lingua inglese, e rimanda allo storico colore aziendale; soprattutto, però, rappresenta l’acronimo – internazionalmente comprensibile – di Read, Eat, Dream, con il quale s’intende identificare, oltre alla combinazione di lettura e gastronomia, anche la piacevolezza di un’ambientazione attentamente studiata per trasformare la visita al negozio in un’esperienza, un evento. Nell’autunno 2014 i punti Red attivi sono a Firenze e a Milano, in luoghi di particolare attrattiva: più grande il primo, in pieno centro città (piazza della Repubblica), e meno esteso il se-

condo, tra i futuribili grattacieli di Porta Nuova, entrambi i negozi sono accomunati dall'integrazione tra libreria, ristorante e, principalmente a Firenze, uno spaccio di prodotti gastronomici, rigorosamente non industriali e selezionati da Red in collaborazione con l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, fondata nel 2004 da Slow Food con Regione Piemonte e Regione Emilia Romagna. Il servizio di ristorazione e cucina della Red di Milano è demandato all'Antica Focacceria San Francesco, storica impresa palermitana (1834) nota per l'impegno antiracket dei titolari fratelli Conticello, e dal 2013 partecipata al 95% da Feltrinelli: come spiega Maurizio Ranieri, direttore della Red milanese, con Antica Focacceria, Feltrinelli entra nella ristorazione accanto a un partner che condivide «un patrimonio valoriale etico e di impegno civile» e «la volontà di diffondere cultura, certo attraverso i libri ma anche attraverso gli alimenti, che raccontano anch'essi una storia, rappresentano una tradizione». Per questo l'assortimento enogastronomico di Red seleziona filiere rispettose dell'ambiente (per esempio Vino Libero) e attente alla realtà sociale entro cui si collocano (la Focacceria acquista da Libera Terra molte materie prime), mentre l'assortimento librario – eccezionalmente, per Feltrinelli Red, non codificato dal format – è legato alle peculiari dimensioni del punto vendita, e compensa la sua minore estensione con una maggiore inventiva nella rotazione delle proposte.

Come interpretare il fenomeno? L'abbinamento con la cucina, nelle sue implicazioni potenti di socialità condivisa e di cultura materiale, rappresenta sicuramente una sfida (se non una reazione) alla dematerializzazione e alla delocalizzazione sempre più accentuata di molte pratiche sociali, tra cui la lettura: la dematerializzazione della lettura (e-book) e delle pratiche di acquisto (Internet) viene così contrastata tramite il recupero delle funzioni di incontro e di socialità della libreria come luogo, che vuole diventare «un social network dal vivo», come dice Ranieri. La strategia di marketing che si nasconde, nemmeno troppo occultamente, dietro la scelta di abbinare libri e cibarie, opta pertanto per la sensorialità materiale delle pratiche culinarie e associative, e per il valore esperienziale dell'acquisto, come efficaci contropartite alla facilità d'acces-

so e al minor prezzo della lettura e dell'acquisto elettronici: lettura e libro vengono così ri-materializzati e ri-localizzati attraverso il loro inserimento in un contesto intensamente evocativo di connotazioni identitarie di vivida concretezza (terra e cibo, tradizione e cultura): gli amanti del profumo dell'inchiostro e della consistenza della carta sono serviti. Nel contempo, inoltre, l'ibridazione tra esercizi diversi – libreria, caffetteria, ristorante – apre commercialmente nuove frontiere alla promozione libraria, principalmente in termini di estensione oraria, e quindi di allargamento della potenziale utenza: la colazione prima dell'ufficio, o il dopo cena al bar, diventano opportunità per ritirare i volumi prenotati, o ordinarne di nuovi, secondo un modello di servizio non previsto dalla libreria tradizionale (che segue, ancora, gli orari dei negozi) e che, immaginiamo, verrà ottimizzato soprattutto dalle catene, vista la superiore disponibilità di mezzi e personale.

Resta da chiedersi se l'abbinamento cibo-libri sia veramente funzionale per la promozione del libro e della lettura: gli operatori sostengono di sì, ma chiederlo a loro è un po' come – è il caso di dirlo – chiedere all'oste se il vino è buono; vedremo, con il tempo, se a prevalere sarà la gola o la dottrina. Chissà cosa direbbe Rabelais...

Si ringraziano

Domenico Pellicanò, presidente di librerie.coop

Maurizio Ranieri, direttore di Feltrinelli Red Milano

CRONACHE EDITORIALI  
Il volto oscuro  
della Rete  
di Sylvie Coyaud

*I metadati utilizzati da Google e da altri siti internet sono tema di dibattito in molte sedi. Negli ultimi mesi sono state molte le pubblicazioni che hanno affrontato direttamente o tangenzialmente l'argomento: dall'analisi, a cura di Federico Rampini, dello sfruttamento economico dei Big data da parte delle multinazionali dell'informatica, all'indagine di David Quammen sulla diffusione delle malattie in Africa. Alcuni studiosi stanno provando a utilizzare i metadati nella ricerca scientifica e perfino nella valutazione dei paper accademici: con quali scenari futuri?*

**D**a settimane su vari siti che frequento, compare la pubblicità per il libro *Big data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà* di Viktor Mayer-Schönberger e Kenneth N. Cukier. Se ci si mettono anche Feltrinelli (Federico Rampini, *Rete padrona. Amazon, Apple, Google & co. Il volto oscuro della rivoluzione digitale*) e Apogeo (Alessandro Rezzani, *Big data. Architettura, tecnologie e metodi per l'utilizzo di grandi basi di dati*), comincerò a sentirmi perseguitata.

Nell'era dei Big data, quella réclame non depone a favore dell'intelligenza artificiale che li analizza, anche se pare che stia facendo progressi. Semmai dovrebbe propormi *Il capitale nel XXI secolo* di Thomas Piketty (Feltrinelli) o *Spillover* di David Quammen (Adelphi), e innanzitutto *Caso, probabilità e complessità* di Angelo Vulpiani (Ediesse), con l'apparato di indici, bibliografia ragionata e glossario che contraddistingue la collana. Così imparo qualcosa su come si costruiscono gli indici di ricchezza iniqua, di qualità dell'ambiente, del rischio di epidemie o di alluvioni, passando da quelli sulle nazioni più educate, corrotte o felici. Tutte quelle classifiche e tendenze che dovrebbero aiutare le Ong come Action Aid (e molte altre di cui non faccio parte) a persuadere i

governanti a adottare misure a volte contraddittorie e i cittadini a esserne soddisfatti o scontenti a ragion veduta.

L'ambivalenza è d'obbligo. Quammen inizia la panoramica mondiale delle zoonosi emergenti, le malattie che ci trasmettono gli animali, ora che siamo in sette miliardi, e contro le quali pochi di noi hanno difese immunitarie, con una storia poco nota in Italia: la mobilitazione per localizzare la fonte della febbre emorragica equina scoppiata in allevamenti del Queensland e della costa nord-occidentale dell'Australia, distanti centinaia di chilometri. Il caso aveva gettato nel panico gli australiani a metà degli anni novanta, dopo che un allevatore ne era morto, un altro era stato salvato per un pelo e venivano abbattuti centinaia di cavalli. Veterinari, virologi, epidemiologi scoprirono quasi subito che a essere portatrici sane del virus erano le volpi volanti, pipistrelli stupendi con un'apertura alare di oltre un metro che si nutrono di frutta e di sicuro non mordono altri animali, tolto l'animalista che ne raccoglie un esemplare ferito e cerca di curarlo. Se bruca sotto un albero che ospita le volpi volanti, capita – molto di rado – che un cavallo si infetti e contagi i vicini di stalla con i quali viene a contatto. Appena prima che gli australiani sterminassero le volpi volanti passando sul corpo degli animalisti, si scoprì che questi ultimi erano privi degli anticorpi del virus Hendra, nonostante i morsi occasionali. Gli esseri umani vengono contagiati solo da un cavallo malato, l'unico animale "amplificatore". Da allora ci sono casi di febbre emorragica equina ogni anno, e però l'eutanasia del paziente e la quarantena dell'allevamento ne impediscono la diffusione.

Le prime epidemie di Ebola risalgono agli anni settanta, ma il "serbatoio primario" del virus è ancora ignoto. Per realizzare modelli in grado di prevedere, e di contrastare, la diffusione del virus in Africa occidentale e oltre (o del virus di Marburg, ancora più letale), gli epidemiologi dispongono di una misera quantità di informazioni sugli spostamenti delle persone, sulle loro abitudini, sulle cerchie di parenti e amici: tutti dettagli che nei Paesi ricchi banali motori di ricerca prelevano dalle conversazioni sui social network o dalle parole più cercate con Google, e dai quali gli algoritmi estraggono configurazioni e previsioni. Per Ebola, per esempio, non c'è neanche un milionesimo delle informazioni scambiate

su Twitter che durante l'uragano Sandy hanno permesso al sindaco di New York di evitare una tragedia.

La lezione di *Spillover*, scritto prima che Ebola arrivasse in una grande città e causasse la strage annunciata negli anni settanta dal virologo Karl Johnson – per esempio – è che la povertà di dati è letale. Per di più, in Africa le burocrazie locali hanno impedito l'accesso ai pochi che c'erano.

Médecins sans frontières, agenzie delle Nazioni Unite, Ong, ricercatori facevano campagna per la “trasparenza” e negli stessi mesi in altri Paesi facevano campagna per il suo contrario: il rispetto della vita privata, per esempio dei volontari che tornavano a casa, in buona salute o per essere curati, e dei loro parenti e amici.

L'ambivalenza accompagna altre novità che ci fanno insieme comodo e paura, dal fuoco in poi, e sembra giustificata. In una ricerca del 2014, due collaboratori di Piketty, Emmanuel Saez e Gabriel Zucman, analizzano la concentrazione della ricchezza negli Stati Uniti dal 1913 al 2013. Trovano che lo 0,1% della popolazione ne detiene oggi il 16%, in tutto circa 16.000 famiglie, non citate per nome, ma facili da identificare. Se un giorno gli americani decidessero di prendere la Bastiglia invece di occupare Wall Street, in Rete troverebbero chi portare alla ghigliottina. Se volessero ridistribuire un po' del capitale finanziario accumulato saprebbero a chi applicare la tassa di successione auspicata da Bill Gates e da suo padre.

A meno che gli Stati Uniti adottino la normativa europea in vigore da quest'estate che prevede la cancellazione, da parte dei gestori dei motori di ricerca, dei link a notizie che ci riguardano, rese pubbliche da altri o da noi, su nostra richiesta. Per ora è applicabile solo ai siti europei, e quindi è inefficace, ma Google si avvale di 8.000 legali che decidono della validità della richiesta e quali link rimuovere. «The Guardian» ha dovuto cancellare alcuni paragrafi su un calciatore condannato per bustarelle in nome del “diritto all'oblio”, altri quotidiani commenti lasciati sotto qualche articolo da qualcuno che rivelava di sé, senza nascondersi dietro un nick o usare sistemi di crittografia come Tor, cose diventate poi imbarazzanti.

Al contempo, in Europa come negli Stati Uniti, cittadini

contrari al diritto all'oblio vogliono che sul sito del loro comune sia indicato se e dove abitano dei condannati per molestie sessuali su minorenni, una volta scontata la pena.

Lo sfruttamento economico dei Big data è il tema di *Rete padrona*. Come i grandi fratelli della National Security Agency, smascherati dal colossale *leak* di Edward Snowden, una manciata di multinazionali dell'informatica sorveglia attività e rapporti sociali per indurre a consumi spensierati o almeno a cliccare su qualche réclame. Sono il volto meno "oscuro della Rete", trovo, perché possiamo sottrarci ai *cookies*, snobbare le offerte, diffidare delle manipolazioni del nostro umore. Se sappiamo quali studi utilizzano per renderci più suggestionabili, aumenta la probabilità che abbiano un effetto boomerang.

Erano studi coperti da segreto industriale, ma nel luglio scorso il direttore del dipartimento di *data mining* di Facebook, Adam Kramer, un ricercatore della Cornell University e un suo studente, ne hanno pubblicato uno sui «Proceedings of the National Academy of Sciences», una delle riviste più diffuse perché copre all'incirca tutte le discipline. Durante un esperimento in doppio cieco, per una settimana a 689.000 utenti di Facebook divisi in due gruppi sono state distribuite a caso buone e cattive notizie. Dai loro commenti successivi è emersa l'acqua calda: le "emozioni negative e positive" si diffondevano a macchia d'olio per giorni. Molti utenti hanno protestato, il signor Kramer si è scusato: «Posso dirvi che il nostro scopo [*notare il passaggio del soggetto dal singolare al plurale. N.d.A.*] non è mai stato quello di turbare nessuno. Posso capire come mai alcune persone siano preoccupate, i miei coautori e io siamo molto dispiaciuti per il modo in cui l'articolo ha descritto la ricerca e per l'ansia che esso ha suscitato. Con il senno di poi, i benefici di quell'articolo di ricerca possono non giustificare tutta quell'ansia».

Benefici per chi, non si sa.

Per le Ong che lottano contro la fame, i volti oscuri sono altri. Stanno per lo più sul Cloud, protetti dai curiosi da chiavi d'accesso sofisticate. Da qualche anno le multinazionali agro-alimentari sfruttano i Big data negli Stati Uniti e in via sperimentale nei Paesi poveri dove, stando a quelli della Banca Mondiale, hanno

sottratto ai contadini locali 57 milioni di ettari coltivabili – insieme all’acqua per irrigarli – con le pratiche illegali dette “land grabs”.

I produttori di sementi, fertilizzanti, fitofarmaci, macchinari hanno sempre preso nota delle necessità e dei problemi del cliente, ci mancherebbe. Con queste note, Monsanto, Cargill, Dupont, McCormick e altri hanno costruito serie lunghe oltre un secolo di statistiche sulle variazioni delle rese di anno in anno. Le incrociano con le registrazioni delle temperature e delle precipitazioni degli uffici meteo locali, le analisi dei suoli, la biologia molecolare e la genetica delle varie piante e dei loro patogeni che trovano nella letteratura scientifica. Così vendono agli agricoltori prodotti personalizzati, macchine programmate per identificare località e bisogni di ogni singola pianta e per accudirla automaticamente. Prodotti più cari, per riflettere il valore aggiunto da tanto sapere predittivo. Molti agricoltori si sono ribellati e uniti in cooperative, dal Montana alla California, passando dal Texas, dove nessuno si aspettava una simile rivoluzione. Lottano per riprendersi i propri dati e gestirli loro, la proprietà privata non si tocca.

Nei libri usciti finora mancano le cooperative rosse dei texani e i programmi informatici più ambiziosi, quelli che dovrebbero spremere significato dai Big data, decidere quale ricerca scientifica effettuare e il valore o meno dei suoi risultati. Sono applicazioni dell’intelligenza artificiale che, nelle sue varie declinazioni e reincarnazioni, stentano a decollare da un decennio.

Per fortuna. Al momento sono affette da una sorta di solipsismo, prefigurano una torre d’avorio blindata in cui le analisi della letteratura precedente «accelerano le scoperte», sturano il «collo di bottiglia» degli umani «inclinati all’errore» (come scrivono Gil, Greaves, Hendler e Hirsh in *Amplify scientific discovery with artificial intelligence. Many human activities are a bottleneck in progress*, pubblicato su «Science» del 10 ottobre 2014). Al posto di curiosità, serendipity, associazione fortuita di idee, gioco di parole, *chose vue* mentre si fa tutt’altro. Il caso e la contingenza, insomma. Negli anni sessanta, il fisico Richard Feynman invita a cena un amico e – *quelle horreur* – rompe gli spaghetti prima di cuocerli. Si meraviglia perché invece di rompersi in due a metà della curva si rompono in tre pezzi, due dei quali più corti. Lo ricorda vent’anni

dopo nel libro «*Sto scherzando Mr Feynman!*» senza aver trovato una spiegazione. Altri vent'anni dopo, Basile Audoly e Sébastien Neukirch, due giovani matematici francesi, rompono a loro volta chili di spaghetti Barilla infilati uno per uno in piccole morse applicando alle estremità una forza misurata con la massima precisione. Ne filmano la sorte con una cinepresa da 450 fotogrammi al secondo, risolvono sperimentalmente l'equazione di Kirchhoff per le "onde flessurali" e costringono gli ingegneri a riscrivere le regole per la costruzione di ponti e grattacieli.

Difficile che un computer colleghi gli spaghetti ai grattacieli, ma la memoria non lo tradisce mai. Il Watson Discovery Advisor dell'IBM suggerisce scoperte alle aziende farmaceutiche interpretando milioni di articoli. Hanalyzer, Wings, Eureqa, Sunfall fanno altrettanto in altri settori. Solo che in biologia e discipline derivate, oltre il 50% dei risultati pubblicati non sono riproducibili.

Nel luglio scorso, settecento neuroscienziati hanno escluso che il computer Blue Gene, anch'esso dell'IBM, potesse scoprire terapie per le malattie neurodegenerative interpretando la letteratura passata e proiettandola su una simulazione digitale del cervello umano. Hanno bloccato così il programma bandiera europeo Human Brain Project, finanziato con 1,2 miliardi di euro dal 2013 al 2020. L'ideatore, Henry Markram dell'Università di Losanna, che per "sviluppare il progetto" ha ricevuto i primi duecento milioni, accusa i suoi critici di essere rimasti nel Novecento, di temere il "nuovo paradigma", la rivoluzione che sta per travolgerne metodi, concetti, pratiche e gerarchie.

La simulazione di organi al computer prima di crescere "organoidi" *in vitro*, magari parti della corteccia cerebrale, è già avviata da un po' e non deve nulla al Progetto cervello di topo ideato e diretto da Markram, anche questo finanziato dalla Commissione Europea. Quel progetto si è arenato nel 2008 senza risultati di cui vantarsi. A meno di includervi gli algoritmi che Markram tenta di brevettare da allora, per sostituire i redattori dell'editoria scientifica. Interpretano gli articoli mandati dagli scienziati, li valutano degni o meno di pubblicazione sulle riviste *Frontiers*, di proprietà di una fondazione di Markram e in parte del gruppo Nature che unisce su una piattaforma informatica case editrici dal prestigio variabile.

Se la probabilità di valore fornita dall'algoritmo non raggiunge un certo livello (deduco dalle richieste di brevetto, poco esplicite), il programma estrae da un elenco i nomi di due persone alle quali mandare l'articolo per la peer review. Alcuni risultati confermano la validità di una vecchia equazione applicata ai calcolatori: garbage in = garbage out, entra pattume = esce pattume. Di recente *Frontiers* ha pubblicato la descrizione improbabile di un caso clinico, scritta da chi sostiene che gli esorcismi curino l'autismo e, con l'aiuto di candidati che auto-certificano le proprie competenze, un articolo che nega il legame causale tra l'Hiv e l'Aids.

In attesa che l'intelligenza artificiale meriti il proprio nome, sembra che l'editoria scientifica e la ricerca che la nutre vadano lasciate agli umani troppo umani, come l'editoria tout court e pensando a Ebola forse di più.

## CRONACHE EDITORIALI Promuoversi da sé... con la collaborazione della comunità

di Laura Cerutti

*Il digitale ha abbattuto molti ostacoli nel campo del self-publishing: i costi ridotti e la maggiore facilità tecnica hanno permesso a un numero sempre maggiore di persone di vedere il proprio libro pubblicato e venduto on-line. Le piattaforme dedicate offrono agli autori strumenti e servizi per pubblicizzare i libri, ma un ruolo sempre più rilevante è assunto dalle comunità online e dalle interazioni sui social network. Sono soprattutto le donne a "fare gruppo" tra scrittrici e lettrici; non è un caso che le classifiche del self-publishing siano dominate da firme femminili e romanzi rosa.*

**T**ante storie ma pochi libri, poche storie ma tanti libri, molte storie e moltissimi libri: ecco cosa ha comportato passare dagli amanuensi ad Amazon, attraverso Gutenberg e i tascabili. Così, sintetizzando, Richard Nash – che compare nell’elenco dei «50 visionari che stanno cambiando il mondo» – ha aperto IfBookThen 2014: «More stories than books». Che è poi un modo per ricordare, in termini economici, che in editoria è ormai venuto meno il principio della scarsità artificiale. Ma Nash va oltre, arrivando a dire che ci sono più editori di quanti non siano gli editori (tradizionalmente intesi), sino a menzionare le stampanti in 3D e a decretare l’avvento di una fase di editoria posteditori, citando soprattutto, naturalmente, Jeff Bezos. È lui che, fra le altre cose, ha dato la spinta più sensibile al self-publishing, ricorda Nash, ed è da questo momento, cioè dalla nascita della piattaforma di autopubblicazione di Amazon, Kindle Direct Publishing, che il numero delle storie è cresciuto sensibilmente per la prima volta.

Non c’è bisogno di aggiungere che l’intervento di Nash ha il sapore della provocazione, ma ha nondimeno il potere di racchiudere in una formula una certa inversione di tendenza dovuta alle conseguenze del digitale nel settore dell’editoria e di attirare

l'attenzione sulle storie in sé e per sé, che sono ai giorni nostri il terreno su cui le industrie dell'intrattenimento in larga parte concorrono per la conquista del tempo libero del pubblico.

Il digitale ha fatto cadere molti degli ostacoli che prima impedivano anche solo a chi non avesse un gruzzoletto da parte di autopubblicare. Oggi vengono meno sia la barriera economica sia la difficoltà tecnica, e nello stesso tempo gli scrittori amatoriali approfittano di un cambiamento occorso alla fine del secolo scorso, quando Evan Williams lanciò un programma che trasformò la creazione di un blog in un'operazione economicamente conveniente e praticamente priva di fatica. Scrive Frank Rose nel suo *Immersi nelle storie*: «Per gran parte del ventesimo secolo sono esistiti due modi molto diversi di raccontare una storia: quello personale e quello professionale. Le storie che raccontavamo in maniera informale (al telefono, a casa, al lavoro) facevano parte di un mondo completamente diverso dalle narrazioni professionali del cinema e della tv. Ma se prima tra questi due mondi c'era una barriera, oggi questa è molto più bassa. Blogger, Flickr, YouTube, Twitter e altre piattaforme ci incoraggiano a esprimerci in un modo che non è professionale, ma neppure del tutto improvvisato». Un confine che, per quanto riguarda la scrittura, si fa osmotico nelle fanfiction, dove una storia professionale viene personalizzata dai fan, così che – proprio come nei videoclip dei cantanti di successo reinventati dai fan in tutto il globo e caricati su YouTube – i lettori si trovano a trasformare secondo il proprio gusto i libri più amati, con maggiore o minore adesione al testo originale. Per quest'ultimo caso alcuni parlano di “fandom trasformativa”, perché i fan piegano la storia sistemandone aspetti per loro deludenti: «l'assenza di rapporti sessuali tra due personaggi, ovviamente, è una delle mancanze a cui più spesso si vuole ovviare», rileva il blogger esperto in materia *osbession\_inc*. Non dimentichiamo che le fanfiction sono uno dei fenomeni più interessanti di questi anni ed è proprio da questo tipo di rielaborazione di un successo letterario da parte di lettori-fan che sono nati e continuano a nascere casi di testi autopubblicati che divengono a propria volta bestseller internazionali: è immediato pensare alla James e alle sue *Sfumature*, scritte rielaborando *Twilight* con l'intento di riempirne “i vuoti”

e le ellissi (la castità mormona della saga dei vampiri probi continua a dare frutti nell'erotico, dato che, per portare un esempio soltanto, il romanzo *Mr Sbatticuore*, pubblicato da noi nel 2014 per Mondadori, deriva ancora una volta da una fanfiction della Meyer). Vero è che la fanfiction vive spesso fuori da un'ottica commerciale e si avvale di community vastissime (Wattpad, la più grande, comprende qualcosa come settantacinque milioni di storie e trentacinque milioni di iscritti, con una media di nove miliardi di minuti spesi sulla piattaforma ogni mese!) sicché, laddove un titolo raccolga un buon numero di lettori e intenda mettersi sul mercato, può già avvantaggiarsi di un passaparola inestimabile.

Ma solo una piccola parte del self-publishing proviene da questo circuito, pertanto, dal momento che Amazon ha scardinato il sistema del self-publishing soprattutto perché, come nota Dubini nel suo *Voltare pagina?*, «è stata la prima azienda a portare l'autopubblicazione nella filiera mainstream», viene immediatamente spontaneo chiedersi: come può un autore autopubblicato, senza avere alle spalle neppure i meccanismi ben oliati della macchina editoriale, diventare visibile sullo “scaffale infinito” delle librerie online? Prima di tutto avocando a sé oneri e facendo proprie competenze che prima appartenevano solamente a terzi (scrive Giuseppe Granieri nel suo pezzo *La via del self-publishing*, per “Il Mulino” n. 5/11: «Il digitale non *determina* ciò che accade: piuttosto, abilita un numero maggiore di persone a fare quanto prima poteva essere fatto solo su una scala minore e solo passando per intermediari»), e dunque configurandosi pienamente, secondo una fortunata quanto sintetica definizione di Guy Kawasaki, ex leader di Apple, come APE, ossia persone che si preoccupano di essere allo stesso tempo Author, Publisher, Entrepreneur.

Proprio per la nuova spinta che il digitale, facendo crollare le barriere cui si è accennato sopra, ha impresso al fenomeno della “vanity press”, cambiandone profondamente i connotati, la nostra attenzione si rivolge in questa sede in particolare agli e-book, anche perché, per quanto riguarda la curva di crescita, è questo il comparto in cui il self-publishing ha registrato l'incremento più sensibile. Non soltanto in Usa, dove abbiamo un +129% degli e-book contro il +33% della carta; a metà circa del 2013 i titoli autopubblicati

disponibili in digitale da noi erano appena un decimo di quelli disponibili su carta (3.500 *vs* 36.000, come si legge in *Prospettiva self publishing*, di Lorenza Biava, Elisa Molinari e Giovanni Peresson, edito dall'Aie), tuttavia il delta di crescita fra 2011 e 2013 è stato del 600% per i primi contro il 36% dei secondi! E la cifra è senz'altro sottostimata, se si considera che le ultime indagini Istat – come lamenta lo stesso Peresson – non hanno saputo indagare con sufficiente acribia molti fenomeni di comportamento connessi al digitale, visto che la stessa agenzia Isbn, alla nostra richiesta di dati relativi a codici rilasciati a soggetti indipendenti, dichiara attraverso il suo responsabile Giuseppe Fasanella: «Al momento l'agenzia Isbn per l'area di lingua italiana tratta i soggetti privati che richiedono l'attribuzione di codici Isbn come un qualsiasi altro soggetto richiedente, sia esso un editore a tutti gli effetti, un'associazione cultore o un ente pubblico o privato. [...] Non abbiamo pertanto traccia certa, al momento, dei titoli autopubblicati da autori indipendenti». Fasanella assicura che «uno dei servizi futuri dell'agenzia Isbn sarà il rilascio dei codici Isbn singoli a questi soggetti [anziché, come ora, in pacchetti da dieci codici ciascuno. N.d.R.] proprio per monitorare il fenomeno e limitare lo spreco di numerazioni». È pur vero che, anche quando questo dovesse avvenire, resta molto complesso dipingere un quadro preciso del fenomeno in termini di dati, visto che in ogni caso Isbn – ma del resto anche il suo corrispettivo statunitense Bowker – non rileva gli Asin, ossia i codici degli e-book autopubblicati attraverso KDP di Amazon... e non si può dire che sia un dettaglio trascurabile.

È grazie infatti al sorgere delle piattaforme digitali specializzate nell'autopubblicazione che si è giunti a quella «progressiva organizzazione del mercato dei libri autoprodotti [che] ha determinato la visibilità del fenomeno», osserva Dubini nel saggio già citato; pensiamo in primis ad Amazon con KDP, a Kobo Writing Life, a Lulu, a Youcanprint, così come alle autoctone ilmiolibro.it e Narcissus.

Sono le stesse piattaforme a fornire importanti strumenti di marketing per gli autori che scelgono di autopubblicarsi: da offerte speciali per i lettori a chat, newsletter e post dedicati al tema dell'autopromozione, da *tools* gratuiti per confezionarsi una

copertina più professionale sino al controllo strategico sul prezzo, che in genere l'autore può aggiornare tutte le volte che crede, a costo zero. Non è una sorpresa che, abbattendo i costi di pubblicazione, i self-publisher possano contare su una politica dei prezzi molto più aggressiva (la maggior parte si attesta sugli 0.99 euro): «Dalla nostra esperienza» ci spiega Giulia Poli, Head of Kindle Content per Amazon Italia «vediamo che un ottimo strumento di marketing (e anche molto usato) è la possibilità di definire il prezzo del proprio e-book in autonomia, di modificarlo e di creare indipendentemente le proprie promozioni».

Un altro strumento tecnico da non sottovalutare è una compilazione dei metadati quanto più possibile efficace, creativa e rappresentativa del testo: si tratta grosso modo di quanto in un libro fisico viene definito paratesto (autore, titolo, sinossi, copertina, categoria, ossia fiction, non fiction, genere e via dicendo, e collana, intesa più che altro come appartenenza a una saga). Essi vanno definiti scrupolosamente perché comprendono informazioni che, separato il testo dal supporto cartaceo, dovrebbero compensare la mancata esperienza diretta con il volume, ma anche perché possono rientrare nei parametri dei misteriosi algoritmi digitali che consentono la reperibilità di un titolo; senza aprire il corposo capitolo della semantica del web, basti qui citare come esempio di algoritmo che include fra i suoi parametri i metadati quello di Amazon. È chiaro che, parlando di autori per larghissima parte sconosciuti, la cosiddetta *findability* è un aspetto fondamentale della promozione, pertanto occorrerà prestare attenzione ai dati che regolano gli algoritmi dei motori di ricerca, affinché essi aiutino a innescare un circolo virtuoso delle vendite.

Altro parametro che spesso rientra nel suddetto algoritmo sono le recensioni dei lettori, ma a questo punto entriamo nel vivo dell'autopromozione in territorio digitale, ossia nel social media marketing.

È senz'altro su questo versante che l'autopromozione sta vedendo lo sviluppo più veloce, proficuo e interessante. «Quando verso la fine del 2012 mi sono autopubblicata, ho prestato attenzione al titolo, alla copertina, al prezzo, ma niente di più... per capirci, non ho nemmeno pensato a comprare una copia del mio

romanzo prima che me lo suggerisse mio marito!» confessa con il sorriso Virginia Bramati, autrice di *Tutta colpa della neve! (e anche un po' di New York)*, titolo che per qualche tempo ha occupato la cima della classifica del rosa di Amazon, davanti alle *Cinquanta sfumature*. Era anche l'anno di *Ti prego, lasciati odiare* di Anna Premoli, prima self-publisher italiana a ottenere, dopo l'acquisizione di un editore tradizionale – Newton Compton – un premio importante (Bancarella 2013), e dopo di allora molto è cambiato. «Oggi sono piuttosto certa che senza una forte autopromozione non avrei mai potuto avere tanta visibilità: gli autori ormai hanno quasi tutti un sito o un blog personale, pagine Facebook dedicate ai propri libri, molti pubblicano booktrailer su YouTube e sono in tanti a mettere a punto vere e proprie campagne lancio ancora prima dell'uscita del titolo» prosegue Bramati, al suo secondo romanzo con Mondadori. «C'è moltissima concorrenza e i prezzi sono per la quasi totalità livellati sui 99 centesimi.»

È certo che la concorrenza fra e-book autopubblicati sia di molto aumentata: soltanto in *Narcissus*, ci rivela Marco Croella, Chief Operating Officer di *Simplicissimus Book*, «per quanto riguarda titoli e autori a fine agosto [2014] la cifra è più che raddoppiata in confronto alle rispettive dell'anno precedente. Le vendite di *Narcissus*» prosegue Croella «sono posizionate, in termini di volumi cumulati, tra i primari volumi italiani, e la cosa bella è che con il ritmo di crescita del numero dei titoli, questa tendenza è destinata ad aumentare. Si può quindi dire che gli autori che operano come self-publisher, presi tutti insieme, sono un'entità dello stesso rilievo delle grandi case editrici».

È anche più certo che sono cresciute e continueranno a crescere le competenze digitali di coloro che si rivolgono all'autopubblicazione. Paola Dubini, raggiunta da noi al telefono, si sofferma su questo punto: «Si può dire che il livello di ignoranza dei meccanismi della Rete è tale che quelli che un po' ci capiscono possono riuscire a emergere, facendo valere questo vantaggio nella ricerca di un pubblico. Ma si tratta di un vantaggio di breve durata, perché le tecniche di apprendimento in questo campo sono molto veloci. Per non parlare poi di quanto sono veloci i meccanismi di assuefazione... Cionondimeno ai nostri giorni gli

autori autopubblicati non si occupano solo di creazione del mercato: quelli che riescono a emergere sono esperti dello sviluppo di attenzione in Rete. Se guardiamo all'esperienza della musica, possiamo aspettarci che in futuro l'autore non ricaverà più la maggior parte dei suoi guadagni dai diritti maturati dai libri venduti, ma dovrà cercarli proprio nell'interazione con i lettori».

Poiché i mercati si sono fatti conversazionali e i contenuti sono ormai più sociali che individuali, e a maggior ragione poiché nella cultura della Rete le persone interagiscono sempre di più tramite la condivisione di frammenti di contenuti mediali, soprattutto in quanto rispecchiano interessi comuni, e considerando infine il fatto che il libro stesso – o e-book che sia – in quanto tale ha un forte valore relazionale e identitario, ne deriva che, come sostengono Henry Jenkins, Sam Ford e Joshua Green nel loro *Spreadable Media*, «quel che non si diffonde è morto». In un panorama del genere, dove i mercati sono luoghi in cui i consumatori scambiano idee, opinioni, giudizi, diventa fondamentale per qualsiasi azienda la conquista, l'ascolto e il monitoraggio di quelli che vengono definiti *earned media*, ossia “media guadagnati”, vale a dire i mezzi di comunicazione che non sono gestiti direttamente dall'azienda né sono da essa comprati, e cioè quei media in cui gli utenti possono diventare canale. Stiamo parlando di recensioni, giudizi, citazioni, condivisioni, fenomeni virali e insomma di tutta quella «serie di relazioni informali che», per riprendere il volume succitato, «generano significato attraverso lo scambio di media: economie basate sulla reputazione o sullo status, la competizione e i “diritti a vantarsi”, il fungere da mentori e l'apprendimento e lo scambio di competenze di curatela e conoscenze da fan». Tutte queste pratiche da economia informale sono oggi la leva più potente per alimentare il passaparola in Rete (il *buzz marketing*, ossia il marketing conversazionale imperniato sul passaparola, è peraltro destinato a diventare sempre più rilevante con la crescita della generazione dei Millennials), e dunque per alimentare la stessa economia commerciale. Se i “media guadagnati” sono cruciali per le aziende, tanto più lo sono per un'impresa individuale quale può considerarsi un self-publisher, che non può certo contare su grandi campagne pubblicitarie o sulla notorietà di un marchio (a meno

di non essere un nome celebre, naturalmente, eventualità per il momento rara fra gli indipendenti del nostro Paese ma tutt'altro che improbabile per il futuro). Non per niente Camille Mofidi, manager per Kobo Writing Life Europe, ha dichiarato: «Noi di Kobo abbiamo una comunità di 20 milioni di lettori in tutto il mondo: è questo che interessa a chi vuole diffondere il proprio libro, raggiungere le diverse comunità dei lettori».

È proprio sul modello collaborativo tipico delle economie informali che gli autopubblicati attingono per attirare e mantenere una comunità di lettori attorno al proprio lavoro. Rita Carla Francesca Monticelli, autrice di fantascienza segnalata da Wired.it tra i migliori autori self-published italiani, afferma con sicurezza: «L'autobranding fa parte dell'autopubblicazione: devi essere presente sui social network e vendere non solo il libro ma anche la persona. Per quanto mi riguarda, ho messo su una squadra di una ventina di persone e operiamo scambiandoci favori l'uno con l'altro». Cristina Caboni, fenomeno editoriale dello scorso anno per il successo in Italia e all'estero del suo *Il sentiero dei profumi* pubblicato da Garzanti, concorda. Sebbene il suo percorso verso la pubblicazione sia stato tradizionale, Caboni segue con curiosità le discussioni sui social network, interagendo con molti autori autopubblicati che le chiedono consigli e pareri. «I gruppi tematici dei social network» ci spiega, «per esempio penso a Romanticamente Fantasy o Contemporary Romance Italy su Facebook, sono molto semplici da seguire, consentono rapidi scambi di contenuti ridotti e in pratica fungono da motori del self-publishing. Altrettanto importanti sono i gruppi privati fondati sempre su Facebook da alcuni self-publisher per ritrovarsi in Rete con i colleghi e scambiarsi consigli e darsi aiuto, condividere anche le informazioni più pratiche. Molti di questi gruppi di sostegno, i cui autori spesso si danno man forte anche recensendosi vicendevolmente in Rete, hanno iniziato a sorgere ai tempi dell'uscita del romanzo della Premoli.» E infine conclude: «Fino a ieri chi scriveva romance e romanzi sentimentali poteva ambire a pubblicare con "Harmony", con i romanzi Mondadori oppure con Fanucci. Oggi il self-publishing sta scaradinando tutto questo sistema: scavalcando i filtri editoriali, l'au-

tore si relaziona direttamente con i lettori, proponendosi come una sorta di scrittore a chilometro zero!».

Opinione non peregrina, dato che lo stesso Giovanni Peresson nell'ultimo *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia* dell'Aie imputa la crisi di Harlequin (comprata negli scorsi mesi da HarperCollins) alla «progressiva ascesa del self-publishing».

È evidente che l'autore che oggi si autopubblica in Rete ha in tutto e per tutto le caratteristiche di colui che James McQuivey, vicepresidente e analista capo in Forrester Research, definisce nel suo saggio *Innovazione digitale. Preparare l'azienda al futuro del business* «disruptor digitale», vale a dire un innovatore dirompente, in grado di scardinare lo *status quo* e spiazzare la concorrenza. Se infatti andiamo a vedere i tratti caratteristici che lo delineano scopriamo che vi rientrano, con il tramite decisivo delle piattaforme digitali, «l'ossessione per le relazioni digitali, la passione per la misurazione dei risultati e l'interesse per i cicli rapidi di innovazione in cui l'insuccesso è visto come un feedback a buon mercato». Il disruptor digitale ha infatti «modo di sapere in tempo reale cosa fanno e cosa vogliono i suoi [...] clienti [...]. Questa rapidità di collaudo accelera la generazione di nuove idee che possono essere subito sperimentate». Non per niente questo è il punto su cui più insiste anche Dubini nel corso della nostra intervista: «La capacità di creare attenzione in Rete ha come ritorno per l'autore la sua stessa crescita stilistica e contenutistica. Una volta il percorso per lo scrittore esordiente, che venisse pubblicato da un editore istituzionale oppure si autopubblicasse su carta, prevedeva che l'autore scriveva, pubblicava, il libro circolava e si raccoglievano pareri e dati. Attraverso questi "riscontri" egli maturava la sua cifra, correggeva alcune tendenze e trovava la sua strada. Oggi il tempo azione/reazione è estremamente ridotto, velocissimo. Molto più rapidamente si capisce cosa piace, molto più velocemente l'autore modifica il suo stile: il processo di maturazione attraverso cui trova la sua strada diventa molto più rapido. Naturalmente il fatto che l'offerta aumenti non garantisce in alcun modo che migliori la qualità, semplicemente si accorcia il tempo che lo scrittore impiega a maturare, a trovare la propria strada». Processo che diventerà senz'altro ancora più rapido a

mano a mano che le attività di condivisione e socializzazione si sposteranno dentro il testo.

Ma a farsi più veloce è anche la reazione dei lettori. Laura Ceccacci, agente che segue con grande attenzione il settore degli autopubblicati, ha notato che, anche solo rispetto allo scorso anno, «occorre sempre meno tempo anche per far partire il passaparola. Ciò è vero soprattutto per il rosa, che è l'unico genere che davvero si vende fra i titoli autopubblicati».

Tutti i segnali in effetti confermano che è la narrativa, e in particolare quella di genere, a occupare la fetta maggiore del self-publishing. Basta scorrere le classifiche degli e-book più venduti in Amazon Usa o l'elenco dei bestseller di carta ed elettronici del «New York Times», dove gli autopubblicati occupano ormai stabilmente una percentuale considerevole di posizioni, per rendersene conto: con l'eccezione di un po' di manualistica (da noi quasi assente), prevalgono femminili, saghe fantasy e thriller. Lo stesso si evince dalle rilevazioni statistiche, al punto che dal sondaggio del luglio 2014 condotto dal celebre self-publisher Hugh Howey per Author Earnings si nota come in Amazon Usa gli autori che autopubblicano il loro e-book superano per guadagno complessivo quelli tradizionali nei generi rosa e fantascienza/fantasy (rispettivamente 66% e 56% la quota dei primi e 26% e 30% circa quella dei secondi). Situazione analoga troviamo in Gran Bretagna, dove Steve Bohme, direttore del settore Ricerche di Nielsen, ha dichiarato che la crescita più veloce per il self-publishing riguarda il thriller e il fantasy.

In Italia mancano sondaggi e studi mirati recenti, ma anche noi possiamo gettare uno sguardo al Kindle Store di Amazon – dove, sebbene i volumi siano senz'altro minori, le percentuali di autopubblicati nella lista dei bestseller non sono troppo dissimili da quelle statunitensi – e constatare che i libri elettronici di maggior successo sono per la maggior parte raggruppabili sotto l'ampio cappello del femminile. A ogni modo, al di là delle classifiche – che, oltre a essere il principale motore di viralità, restano comunque un importante indicatore, tanto che editori e agenti ormai non possono tralasciare di studiarle con attenzione, allargando lo scouting agli autopubblicati – abbiamo indagato presso due

delle più importanti piattaforme presenti sul nostro territorio, ed entrambe confermano che la narrativa di genere si rivela la scelta preferita. Giulia Poli di Amazon Italia rivela che i risultati sono ottimi per la narrativa in generale e che in particolare «i romanzi rosa e lo young adult sono tra i più apprezzati». Non mancano tuttavia fenomeni che si distinguono anche in altri campi, per esempio, prosegue, «uno dei nostri autori più venduti, Daniele Gasparri, scrive testi di divulgazione scientifica dedicati all'astronomia». Marco Croella, parlando dei territori più battuti dai self-publisher di Narcissus, risponde con sicurezza: «Per lo più si tratta di fiction, e al suo interno i generi prevalenti sono il giallo/noir e il romance».

Questa tendenza è in linea con l'editoria tradizionale, dove la narrativa di genere nell'ultimo volgere di anni ha conosciuto un notevole aumento – che, secondo il *Rapporto Aie* 2014, ha riguardato in primis la romantic fiction con un +44,7% rispetto al 2010 e fantascienza/fantasy (ma soprattutto quest'ultimo) con un +65% dal 2010 –, ma al contempo evidentemente essa risulta più soggetta ai fenomeni emulativi scatenati dai grandi successi letterari. Inoltre, tornando all'aspetto promozionale, diversi studi sostengono che per azionare la leva che attiva il passaparola la mossa più riuscita sia rivolgersi alle community di nicchia, dove incontrare sia lettori sia scrittori, e dove i singoli elementi del gruppo divengono un ponte fra gruppi di interesse diversi, determinando la diffusione del contenuto assai più dei membri “influenti”. Chi scrive romanzi rosa ci sta riuscendo benissimo, con un impegno costante sui social network che molte esordienti indicano attorno alle quattro-cinque ore di presenza quotidiana. «Cosa fa vincere il femminile? Hanno fatto rete. Blogger, scrittrici, lettrici sono state capaci di formare una comunità che si autoalimenta e crea la base per la visibilità» risponde sicura Maria Paola Romeo, socia della Grandi&Associati e direttore editoriale di Emma Books, editore digitale che si occupa per l'appunto di narrativa femminile. «Per gli altri generi, a eccezione del fantasy, non accade niente del genere, che io sappia. C'è un approccio nuovo al modo di promuoversi, un approccio molto americano.» Fra tutti spicca l'esempio di Elisa S. Amore: lei un gruzzolo per pubblicarsi su carta e distribuirsi ce l'aveva, invece si è autopubblicata in formato elettronico su Ama-

zon e quel gruzzolo lo ha investito producendo un booktrailer da proiettare per un mese in una sessantina di sale cinematografiche, durante la pubblicità che precedeva la visione del film *The Twilight Saga: Breaking Dawn*. Solo nella prima settimana il suo *Touched* è stato scaricato 10.000 volte, a un prezzo di 2,99 euro, ed è stato in seguito acquisito da Nord.

Alcuni autori che scelgono l'autopubblicazione sono insomma più "disruptor" di altri e probabilmente ne ricavano un risultato maggiore, in guadagno ma più ancora in visibilità e attenzione. Se la certezza è che l'editoria è diventata un settore ad alto tasso di innovazione, sono evidenti i rischi di disintermediazione o, meglio, che i nuovi modelli di intermediazione portano con sé. Vero è che, nonostante le percentuali da favola che il self-publishing garantisce (60%-70% sul prezzo di vendita), sono molto pochi gli scrittori che riescono a guadagnarsi di che vivere, mentre le piattaforme si prendono il grosso della torta perché naturalmente traggono profitto fino all'ultimo tratto della "coda lunga", ma anche perché parte del guadagno si configura per loro in termini di informazioni sui clienti. Tuttavia è altrettanto vero che anche chi non trae profitti cospicui spesso ricava comunque un valore dalla sua pubblicazione tramite una piattaforma, che peraltro garantisce all'amatore uno spazio più tollerante, e questo finisce per cambiare un po' la prospettiva: «Ultimamente non si autopubblica più per disperazione, come una volta» ci dice Lilia Carlota Lorenzo, argentina che vive da molti anni in Italia e che con il suo *Il cappotto della macellaia*, giallo ambientato nelle Pampas e pubblicato sia in lingua italiana che spagnola, è rimasta a lungo in testa alle classifiche di Amazon Italia e ora è sul punto di pubblicare con un grande editore. «Ho molti amici che preferiscono mantenere la libertà di vendere quando, dove e come pare a loro i propri libri, piuttosto che cedere i diritti a un editore. Se fossi stata contattata da un editore soltanto qualche anno fa non avrei dormito la notte e avrei firmato a occhi chiusi un contratto a vita! Oggi invece ho accettato scegliendo con calma e valutando per bene il contratto.»

Senza dubbio la crescita dell'autopubblicazione digitale chiama direttamente in causa gli editori a riaffermare secondo nuove strategie il proprio ruolo (intanto oltreoceano Amazon lan-

cia WriteOn, community di scrittori e lettori per migliorare i testi dei primi sulle considerazioni dei secondi, e Kindle Scout, piattaforma dove i lettori votano per decidere se una storia merita la pubblicazione) e a evitare la frammentazione in tanti piccoli mercati di un mercato già gracile. Ed è qui, sul fronte dei lettori, che il dente – al solito – duole.

Rifacendoci, pur con le debite proporzioni, ai sondaggi del mondo angloamericano (non foss'altro perché ne esistono!), sappiamo da Steve Bohme di Nielsen che chi compra e-book autopubblicati tende ad acquistarli d'impulso e che per la maggior parte si tratta di donne: il 37% è composto da donne sopra i 45 anni, il 32% da donne di età inferiore (un'area, questa, segnalata come in crescita), il 20% da uomini oltre i 45 anni e l'11% da maschi più giovani. Questi dati coincidono con la precedente indagine Usa dell'agenzia Bowker, dalla quale risultava che il 61% di coloro che dichiaravano di leggere ogni giorno tendeva con più facilità a comprare e-book autopubblicati e che il 36% di chi li comprava era una donna di età superiore ai 45 anni.

A quanto pare sono dunque le forti lettrici a rivolgersi a questo settore “sperimentale” dell'editoria digitale... e gli uomini?

Nell'ultimo *Rapporto Aie* leggiamo che i forti lettori «sono la fascia di popolazione che nel 2013 fa segnare l'andamento maggiormente negativo rispetto agli altri (-13%); così come era avvenuto nel 2011 (-11%)». Se consideriamo parallelamente, sempre nel *Rapporto*, che negli ultimi tre anni «i tablet sono il dispositivo di lettura (al netto degli smartphone evoluti) che presenta il parco installato maggiore (+98,8% in media annua)» e che già Roncaglia nel 2012 riteneva che «la diffusione di tablet e smartphone di ultima generazione possa effettivamente rappresentare una concausa rilevante della flessione che il mercato del libro ha conosciuto negli ultimi mesi», e se consideriamo altresì che «i prodotti culturali si collocano oggi al primo posto come “prodotto” acquistato online» (*Rapporto Aie 2014*), ci rendiamo conto immediatamente che c'è un motivo se in questo settore così indicativo sulle trasformazioni dell'editoria sul suo versante più innovativo e dirompente domina il colore rosa. Anche su questo la cartina di tornasole del self-publishing invita dunque a riflettere: di questi forti lettori per-

si il rischio più grande è quello di smarrire (per prima, ma non è affatto detto che l'emorragia si arresti con loro) una fetta importante dei lettori maschi. Ragazzi e uomini che nel tempo libero, sui telefonini di ultima generazione o sui tablet, si stanno già rivolgendo altrove rispetto ai libri elettronici per cercare intrattenimento, per cercare storie.

CRONACHE EDITORIALI  
I veri numeri della  
regina della Rete  
di Walter Galbiati

*Nei bilanci ufficiali riporta ricavi che si aggirano intorno ai cinquanta milioni di euro e sostiene di operare come fornitore di servizi della consociata Google Ireland. Ma stando alle stime degli operatori di mercato, il suo fatturato reale, quello che incasserebbe dalla raccolta pubblicitaria, si aggira tra gli 800 milioni e il miliardo di euro. Quale è il vero lavoro di Google in Italia e quali sono i suoi numeri? Ecco cosa dicono le carte ufficiali.*

**N**emmeno la calibratissima mano di un chirurgo avrebbe saputo fare meglio. Eppure i commercialisti di Google sono andati oltre. E hanno redatto per tre anni consecutivi bilanci che avrebbero fatto invidia alla precisione dei monaci certosini. Di miniature e incisioni neanche l'ombra, ma nei libri contabili si trova un misuratissimo equilibrio tra ricavi e costi, che lascia tutti a bocca aperta.

Nel 2013 la società Usa, leader mondiale dei motori di ricerca e una dei *dominus* assoluti della Rete Internet, ha incassato dalla sua filiale italiana, la Google Italy S.r.l., 49,9 milioni di euro a fronte di spese per 45,4 milioni. Nel 2012 i ricavi erano stati di 52,2 milioni contro costi per 48,3 milioni, l'anno prima rispettivamente di 44 milioni e di 40,7 milioni. Un occhio minimamente attento coglie al volo la stretta correlazione tra le due voci del conto economico: nei tre anni la differenza tra ricavi e costi, che nei manuali di economia va sotto il nome di "risultato operativo", ha oscillato costantemente tra i tre e i quattro milioni di euro: 4,5 nel 2013, 3,9 nel 2012 e 3,3 nel 2011. È come se le due voci di bilancio procedessero parallele, due binari equidistanti che lasciano fra di loro uno scarto pari a quello di una traversina di legno, immutabi-

le non nello spazio, ma nel tempo. Un equilibrio che stride un po' con il normale andamento dei conti delle società che operano con successo in Internet. Senza andare troppo lontano, anzi salendo di un gradino nella piramide di controllo della stessa Google, la casa madre americana macina crescita nel giro d'affari a due cifre: tra il 2011 e il 2013 ha costantemente visto salire il proprio fatturato di oltre venti punti percentuali l'anno. Ci si sarebbe dovuto aspettare una progressione simile anche dalla controllata italiana, nonostante le spiccate differenze che marcano l'economia dei due Paesi.

Nel 2013, in Italia gli investimenti pubblicitari sono andati di pari passo con il prodotto interno lordo (-1,9%) e sono calati in tutti i settori, dal piccolo schermo alla carta stampata. L'unica oasi di felicità è apparso il regno di Internet che è riuscito con una crescita del 18% ad andare in controtendenza. In uno scenario simile, il fatturato di Google Italia non si sarebbe dovuto comportare diversamente, perché secondo le stime degli operatori il colosso di Mountain View si prende da solo una quota pari a oltre il 60% della torta pubblicitaria del web italiano.

Come mai questo non accada, lo si scopre leggendo il bilancio di Google. «I ricavi esposti» riporta la relazione sulla gestione, imposta dall'articolo 2428 del Codice civile, «sono relativi all'attività tipica della società e sono stati conseguiti esclusivamente nei confronti di altre società del gruppo cui Google appartiene; la variazione intervenuta nell'esercizio è strettamente correlata al decremento dei costi della produzione – in particolare dei costi per servizi – base di computo dei ricavi stessi.» E cosa fa Google Italia per il gruppo? Opera «come fornitore di servizi di marketing e di ricerca e sviluppo per Google Ireland Ltd (Irlanda) e Google Inc (Usa)» e i principali rischi che ne determinano l'oscillazione del fatturato dipendono più dalle politiche di bilancio decise in Irlanda e negli Usa che dal reale contesto economico in cui opera la società. Nei libri di Google Italia non si parla mai di raccolta pubblicitaria, un lavoro lasciato nelle mani della filiale irlandese che per i servizi ricevuti spedisce nella sede di Milano esclusivamente i soldi necessari a coprire le spese. Nel 2013, su quasi cinquanta milioni di ricavi, oltre 47, 6 milioni di euro sono arrivati dall'Irlanda, gli altri dagli Usa.

Eppure, in Italia, Google racimola non pochi quattrini dagli inserzionisti di ogni genere. Come tutti gli operatori che lavorano nella pubblicità, l'azienda dovrebbe fornire i propri dati di raccolta all'Authority per le comunicazioni (Agcom) che in base alla Legge Gasparri ha il compito di censire il Sistema integrato della comunicazione (Sic), il calderone in cui finiscono gli incassi di televisioni, giornali, radio e di tutti gli altri media compreso Internet. Google, che non ha mai voluto alzare il velo sui propri affari, ha da ultimo ceduto e fornito all'Agcom una parte delle informazioni richieste, ma ha subito presentato ricorso al Tribunale amministrativo (Tar) per chiedere di tutelare i propri numeri sensibili.

Il punto su cui bisognerebbe fare chiarezza è la reale attività di Google Italia: è solo un fornitore di servizi per la società irlandese oppure è un collettore di investimenti di chi vuole fare campagne di pubblicità sulla Rete Internet italiana? Il quesito non è indifferente, perché all'occorrenza i numeri cambiano e molto.

Nel primo caso il bilancio sarebbe in linea con quanto viene depositato oggi dalla società, diversamente i ricavi salirebbero vertiginosamente. Le stime degli addetti ai lavori parlano per Google di una raccolta pubblicitaria 2013 compresa tra gli 800 milioni e il miliardo di euro, divisa tra le attività di motore di ricerca, la vera corazzata del gruppo, i video, dove la società opera con il marchio YouTube, e infine i display web e mobili. Questi ricavi, insieme con quelli di altre affiliate europee, confluiscono indistintamente nelle casse della holding irlandese, che poi paga le spese di ogni singola controllata.

Google Ireland ha chiuso il 2013 con un giro di affari di 17 miliardi di euro, in crescita del 10%, una percentuale in linea con quanto riportato nel bilancio della casa madre, che ingloba le performance di tutti i Paesi in cui la multinazionale opera, salito nello stesso periodo del 20% a 59 miliardi di dollari (circa 47 miliardi di euro). Ma anche nel bilancio statunitense, Google si guarda bene dal pubblicare la divisione del fatturato Paese per Paese. Nel rapporto depositato presso la Sec, l'Authority Usa che vigila sulle società quotate, il fatturato del gruppo è diviso in tre grandi aree: Stati Uniti, da cui deriva il 45% dei ricavi, il Regno Unito che con-

tribuisce per un altro 10% e infine un generico Resto del Mondo, che si aggiudica il rimanente 45%.

Tanto mistero sulla raccolta pubblicitaria, e numeri ufficiali così bassi nei mercati locali, hanno incuriosito gli ispettori del Fisco di molti Paesi, Italia inclusa. Il trasferimento del fatturato italiano in Irlanda è stato visto dall'Agenzia delle Entrate e dalla Procura di Milano come un tentativo di eludere l'imposizione fiscale italiana. Le tasse sulle imprese al di là della Manica sono pari al 12,5%, mentre nello Stivale sono ben più alte, pari almeno al 27,5%. Da qui l'interesse a trasferire i proventi delle attività là dove le tasse sono più basse e a lasciare i costi dove la fiscalità è più elevata. Avere un fatturato contenuto e commisurato ai costi è fondamentale per conseguire un risultato operativo basso: del resto è su questa voce di bilancio, che gli inglesi chiamano "Ebit", utile prima delle tasse e degli interessi, che viene calcolato quanto le aziende devono versare all'Erario. Stando ai bilanci, in tre anni, Google Italia ha pagato 5,8 milioni di euro di imposte a fronte di un fatturato ufficiale di quasi 150 milioni di euro e di una raccolta pubblicitaria stimata superiore ai due miliardi di euro.

La scientificità con cui Google perseguirebbe l'ottimizzazione fiscale all'interno del gruppo sarebbe confermata anche dalla struttura irlandese: la Google Ireland è posseduta dalla Google Ireland Holding, una società di Dublino, ma registrata ai fini fiscali alle isole Bermuda, un centro offshore a tutti gli effetti. Fatto sta che nel 2013 la filiale locale ha versato tasse per 27,7 milioni di euro contro i 17 milioni dell'anno precedente, comunque poco rispetto a un fatturato di 17 miliardi di euro.

Al di là delle cause aperte con il Fisco e la Magistratura, definire dove generino i ricavi e dove vadano tassati i giganti del web è estremamente importante e urgente. Di fatto, Google è la seconda concessionaria in Italia, subito dopo Publitalia, e il suo ruolo di editore di contenuti è sotto gli occhi di tutti. Ad assumersi il compito di far chiarezza è stata l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse) che ha avviato un confronto all'interno del G20 per impedire alle grandi imprese di sfuggire alle imposizioni fiscali. D'altra parte, già nei lavori preparatori al documento, l'Ocse aveva ricordato come le grandi multinazionali

riescano a pagare una quota di imposte intorno al 5% dei profitti, mentre le piccole e medie imprese (con quasi il 30% di carico) e le persone fisiche hanno oneri ben maggiori. L'obiettivo dell'Organizzazione è obbligare le società a riportare con chiarezza alle autorità di regolamentazione dove risiedono, dove fanno profitti in giro per il mondo, specificando l'informazione Paese per Paese.

CRONACHE EDITORIALI  
L'editoria italiana  
oltreconfine  
di Andreina Speciale

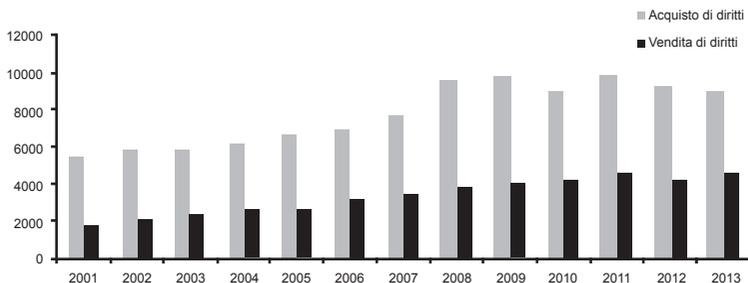
*Nel quadro di un mercato domestico sempre più asfittico, la vendita dei diritti esteri si segnala per la costanza di risultati positivi, di durata almeno decennale. L'istituzione però valorizza poco la cessione di licenze, forse perché l'export italiano fa buone cifre soprattutto in settori come i libri d'arte o per bambini e ragazzi, assegnando alle opere letterarie un ruolo di secondo piano. La scelta di puntare sulla vendita di diritti all'estero, da realizzarsi con un ventaglio di attività di promozione mirata, potrebbe invece essere di giovamento per tutti i comparti del settore.*

**S**e il 2013 è stato l'ennesimo *annus horribilis* dell'editoria italiana, con un calo generale di fatturato del 13,1% e una contrazione della platea di lettori del 6%, i tiepidi dati di vendita del 2014 dimostrano che la caduta di mercato, in particolare del canale trade, ha assunto caratteristiche permanenti e solo in via marginale è stata controbilanciata dall'espansione degli acquisti digitali. L'e-book italiano, pur in crescita, si configura come una tendenza nuova e ancora minoritaria per una nazione che è abituata a spendere poco e di rado per i consumi culturali e in particolare per gli acquisti di tipo libresco.

Così quindi commentava Marco Polillo, presidente dell'Associazione Italiana Editori alla Buchmesse dello scorso ottobre, in occasione della presentazione del *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia*: «In tre anni il settore ha perso circa il 20% del suo valore. Lo vediamo, d'altro canto, dal quotidiano stillicidio di notizie di chiusure di librerie, di colleghi editori sempre più in difficoltà, che sperimentano – spesso per la prima volta nella loro storia – la necessità di ricorrere a cassa integrazione o a forme di mobilità».

Uniche luci nella tetra cornice dei dati rilevati da Aie, i risultati della vendita di diritti italiani all'estero: essi affermano una ten-

denza positiva e stabile che, dall'inizio degli anni Duemila, ha portato a un netto incremento dei titoli nostrani che hanno trovato casa all'estero, con una leggera flessione solo nelle ultime due rilevazioni.



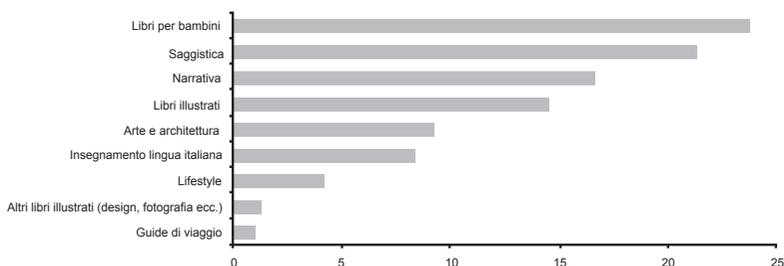
Fonte: Ufficio studi Aie su Dati Ice-Doxa (2001-2007), stime Aie su dichiarazioni degli editori per gli anni successivi.

La vendita di diritti di libri e autori italiani a editori stranieri cresce a una velocità doppia di quanto acquistiamo, toccando il +155% di variazione in poco più di dieci anni. E cresce più della produzione editoriale: se i titoli in commercio aumentano del 3% ogni anno, le cessioni di titoli italiani all'estero, secondo lo stesso *Rapporto Aie*, crescono del 7% di anno in anno.

Un miracolo di produttività che dimostra il vitalismo di un settore tanto curioso di ciò che succede fuori dai confini nazionali, quanto orgoglioso di assicurare alle proprie idee un pubblico più vasto di quello italofono. Eppure, l'attività di *foreign rights sales* stenta ad avere un posto di rilievo sia nei meccanismi della produzione editoriale sia nella considerazione che le istituzioni normalmente rivolgono al settore.

Le ragioni di una tale trascuratezza si leggono forse negli stessi dati: scomponendo il fatturato dell'export nostrano, si scopre che non tutti i comparti editoriali riportano gli stessi risultati, in termini di licenze vendute in altri Paesi. La narrativa copre solo il 16,6% dell'export, mentre più dell'80% dell'attività di cessione diritti esteri riguarda il settore bambini e ragazzi (45%), la saggistica (21%) e il libro illustrato, d'arte, lifestyle, design o fotografia (15%). Le proporzioni appaiono quindi rovesciate rispetto al

peso che la nostra tradizione normalmente accorda alla produzione umanistico-letteraria, e distorte rispetto all'abituale marginalità di alcuni settori, come il libro d'arte e il libro per ragazzi, che insieme pesano non più del 14% della produzione editoriale italiana.



Fonte: elaborazione Ufficio studi Aie 2012 su dati Ice-Doxa. Per libri illustrati si intendono in questa rilevazione albi per bambini e ragazzi.

Se la vocazione internazionale di queste due aree dell'editoria spinge le rispettive bilance commerciali nella direzione del pareggio, le patrie lettere stentano invece a essere rappresentate all'estero, e non da oggi. La pionieristica ricerca di Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, *Copy in Italy*, ha dimostrato come la nostra narrativa d'autore, nelle sue affascinanti peripezie all'estero, non abbia mai generato grandi numeri in termini di fatturato, riuscendo a esportare assai di più i titoli di intrattenimento – e capaci di alte tirature già in casa – che non la letteratura aggiornata e più affine al gusto europeo. E per quanto suoni del tutto naturale che un autore di grandissimo successo come Fabio Volo abbia avuto traduzioni in più di ventidue lingue, stona un po' che i vincitori del premio Strega possano ambire al massimo a una manciata di edizioni straniere.

Fuori dai confini nazionali, la nostra narrativa sconta la mancanza di serialità: un dispositivo tanto disprezzato dai nostri romanzieri quanto ricercato dal compratore estero, che ovviamente vuole rassicurazioni sulla solidità e sulla riconoscibilità editoriale del suo acquisto. Inoltre, il genere italiano di maggior successo oltreconfine si dimostra senza troppe sorprese il *crime novel*: so-

prattutto in quei Paesi beneficiati da un ampio pubblico di lettori forti e curiosi di aprirsi ad altri orizzonti culturali, come quelli di lingua tedesca, spopolano autori come Lucarelli, Carofiglio, Camilleri e ovviamente Saviano, concordemente a un'immagine della nazione italiana che fatica ad andare oltre gli stereotipi ben noti.

Eppure, rispetto ad altri settori editoriali, si può dire che la fiction letteraria sia forse stata l'unica a ricevere, negli anni passati, un qualche sostegno da parte delle istituzioni: l'attenzione ministeriale all'export librario si è infatti concentrata principalmente su di essa, realizzandosi per lo più nelle forme dei sussidi alla traduzione di qualità, erogati a vantaggio delle case editrici straniere. La lista dei contributi del Ministero Affari Esteri assegnati nel 2013 per la promozione del libro italiano rivela una decisa predilezione per il sostegno alla nostra narrativa più tradizionale, con fondi stanziati anche per l'edizione di classici (Petrarca, Boccaccio, Manzoni, Pavese, Pirandello) o per la diffusione di solidi *best-sellerist* nostrani all'estero (Eco, Magris, Fallaci, Vassalli, Mazzantini); pochissime invece le assegnazioni in favore della saggistica, dei libri d'arte e dei libri per bambini e ragazzi.

Da un punto di vista meramente economico, potrebbe sembrare paradossale decidere di non investire nei settori trainanti dell'industria, per proteggere invece quelli più fragili: ma è parimenti ovvio che tra i compiti di un'istituzione culturale ci sia quello di promuovere l'identità di una nazione attraverso le opere che essa ritiene più prestigiose o che la rappresentano più compiutamente. Viene allora da chiedersi se non sia auspicabile un'integrazione tra i due orientamenti, quello più letterario e tradizionale e quello più sensibile ai dati di fatturato. O quantomeno, se non sia possibile disegnare una strategia di cui possano beneficiare entrambi.

Come spesso accade, la terza via in effetti esiste e passa per azioni pratiche, di grande valore per chi opera nel settore. Innanzitutto i sussidi di traduzione: al momento l'editore straniero che voglia avvalersene è costretto a una gincana burocratica di ambasciate e istituti di cultura, dove raramente trova documenti disponibili nella sua lingua. Una riforma a costo quasi zero prevederebbe la semplificazione delle procedure di assegnazione, sul modello di

Paesi come la Germania, o ancora di più i Paesi Bassi e la Catalogna, che hanno fatto delle politiche di sostegno alla traduzione uno strumento potente di affermazione della loro cultura all'estero. Tutti i comparti editoriali ne ricaverebbero uguale vantaggio.

Ancora più importante sarebbe continuare sulla strada dei contributi per i saggi di traduzione in lingua inglese, interrotta dal Ministero nel 2012 e non rinnovata per gli anni a seguire. Considerato l'esiguo numero di editor e *buyers* esteri che conoscono la nostra lingua, le *sample translations* in inglese giocano un ruolo cruciale nel consentire ai partner stranieri l'accesso vero e proprio ai nostri contenuti culturali. Una cura particolare meriterebbero in questo senso i traduttori dall'italiano verso altre lingue, spesso promotori inconsapevoli delle gemme nostrane: è buona pratica di altre nazioni quella di riunirli periodicamente in patria, per aggiornarli sulle novità del mercato e farne ambasciatori di cultura all'estero.

In termini di internazionalizzazione, molto è stato fatto negli anni passati da Aie e dall'Istituto nazionale per il commercio estero per promuovere la presenza di padiglioni italiani alle diverse fiere e vincere la resistenza di specifici mercati: missioni bilaterali sono state dedicate anche a Paesi emergenti, solitamente assai desiderosi di assorbire contenuti culturali diversi dai propri. Il grande valore di queste iniziative, a carattere periodico, sembra però evidenziare, di converso, l'assenza di una politica costante e istituzionale di *lobbying*, che ad esempio incoraggi stabilmente la presenza di autori italiani nelle principali occasioni di dibattito culturale all'estero, o che crei sinergie tra i vari settori industriali per promuovere un'immagine del nostro Paese libera dai ritriti luoghi comuni.

Se il confronto con la concorrenza europea risulta ancora per lo più impietoso, soprattutto in termini di fondi e investimenti strutturali, in verità alcuni segnali di cambiamento esistono. È recentissimo, ad esempio, il varo di *BooksInItaly.it*, un nuovo portale web di impostazione bilingue, italiano-inglese, che intende promuovere il libro italiano all'estero mettendosi al crocevia di enti e istituzioni diverse: il sito si propone come una vetrina della migliore produzione libraria contemporanea, offrendo all'attenzione dei *buyers* esteri eccellenti recensioni d'autore e pagine tradotte delle novità di punta per i romanzi e la saggistica, classifiche di

vendite settimanali, interviste e approfondimenti tematici, accanto a strumenti di uso immediato, come la banca dati dei traduttori editoriali, le schede anagrafiche di editori, autori e agenti, gli aggiornamenti su eventuali finanziamenti alla traduzione.

Nelle intenzioni dei promotori, il portale vuole inoltre dare l'abbrivo a un'iniziativa più vasta, di durata triennale e dall'inedita centratura milanese. Nella città motore dell'editoria, il progetto *Copy in Milan* si propone di realizzare un'integrazione di spazi e strumenti per favorire la formazione dei professionisti del settore e potenziare l'internalizzazione della filiera. L'iniziativa, pensata per Expo 2015, promossa dal Ministero degli Affari Esteri, dal Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, Centro per il libro e la lettura in collaborazione con Aie, con il sostegno oltre che di Fondazione Cariplo, anche di Regione Lombardia e di Comune di Milano, ambisce ad avere una risonanza internazionale e metterebbe a disposizione, anche ai comparti meno letterari del settore, uno spazio fisico e una serie di attività pensate per accrescere il *know-how* tecnico del distretto lombardo.

Occorre poi citare il caso di Europa Editions, lo *spin-off* statunitense di Edizioni e/o che, grazie anche, ma non solo, al "fenomeno editoriale" Elena Ferrante, sembra aver colto anzitempo l'auspicio che Richard Charkin rivolgeva agli editori stranieri nel suo discorso d'apertura al Frankfurt's Rights Directors Meeting di quest'anno: l'*executive director* di Bloomsbury e attuale presidente di Ipa (International Publishers Association) invitava gli editori di tutto il mondo a sorpassare l'approccio ormai scontato della vendita dei diritti all'estero e di farsi essi stessi editori in lingua straniera, osando avventurarsi in mercati e tra pubblici sconosciuti.

L'auspicio di Charkin – assai poco gradito al popolo degli agenti letterari – può valere senz'altro da sprone per i pochi editori fortunati e lungimiranti, che non manchino di sprezzo di pericolo: per tutti gli altri, forse meno temerari ma più avveduti, rimane affidato alla concretezza delle buone pratiche – pazienti, lente ma incardinate nelle specificità dell'industria – il compito di spingere le curve già promettenti del *foreign right sales* a toccare le punte d'eccellenza di altri celebri export italiani.

## I LETTORI

---

La correttezza del testo trasmesso in e-book  
*di Alberto Cadioli*

E se la soluzione fosse nel diritto d'autore?  
*di Piero Attanasio*



# La correttezza del testo trasmesso in e-book

di Alberto Cadioli

*La diffusione degli e-book pone nuove questioni sulla correttezza del testo trasmesso, soprattutto per quanto riguarda la riproposizione di libri già pubblicati: la scansione ottica può originare nuovi refusi e il ruolo del redattore rimane cruciale sia nel correggerli che nell'introdurne altri. Interessanti alcune recenti forme di edizione digitale, come quella delle opere di d'Annunzio fatta dalla Mondadori: e-book con strutture differenti rispetto alla precedente versione cartacea.*

**A**l di là delle statistiche sulle quote di mercato, l'introduzione dell'e-book nelle abitudini di lettura, e di studio per molti alunni le cui scuole sono passate del tutto alla didattica digitale, è ormai una realtà che non si può trascurare. Oggetto ormai da tempo, soprattutto fuori d'Italia, di numerose riflessioni in ambiti diversi – che possono andare dai problemi della produzione considerata da un punto di vista socio-economico (i costi di lavorazione, il marketing, le forme promozionali, le trasformazioni delle abitudini di acquisto ecc.) a problematiche di rilievo tecnico quali lo sviluppo dell'hardware o la questione del software (con la difficoltà nell'introduzione di uno standard e la persistente divisione tra formati proprietari, come per il Kindle di Amazon, e formati aspiranti alla diffusione generalizzata e futura, come pdf e ePub); o ancora a osservazioni di varia natura sulla lettura (per esempio la condizione del lettore digitale di fronte a una nuova topologia del testo) –, l'ampliamento del mercato dell'e-book merita attenzione anche dal punto di vista delle modalità con le quali un testo viene pubblicato in edizione digitale.

La domanda posta, di fronte a ogni edizione a stampa, da chi si occupa di trasmissione di testi di letteratura (trascurando

dunque la saggistica e soprattutto le varie forme di manualistica) – e cioè: qual è il grado di correttezza del testo trasmesso? – sembra essere ancora importante, se non addirittura più rilevante, anche di fronte a un e-book.

Occorrerà sottolineare preliminarmente come, ormai, l'esperienza più diffusa di lettura di testi digitalizzati avvenga su due supporti, diversi per concezione (e non solo per dimensione, come potrebbe sembrare agli occhi ingenui di chi guarda un lettore concentrato sul suo schermo, tenuto con una o due mani): l'e-reader e il tablet; il primo, di dimensioni ridotte, progettato appositamente per la lettura e per questo con l'illuminazione dello schermo dipendente dalla luminosità dell'ambiente in cui si legge, così come per qualsiasi pagina stampata; il secondo, generalmente di dimensioni maggiori, progettato per fornire numerose funzioni del pc, tra le quali la lettura, e, come un qualsiasi monitor, retroilluminato. È presumibile che troverà ulteriori e ampi sviluppi anche la lettura su smartphone, sempre più diffusa grazie anche a nuove applicazioni (si veda per esempio Play Books).

È difficile dire se uno di questi diversi strumenti prevarrà sugli altri o se invece i tre device convivranno, in rapporto alle abitudini, alle necessità, alle modalità di lettura dei singoli lettori. E altrettanto difficile è dire se nel tempo si imporrà invece uno strumento che raccoglierà le istanze specifiche di quelli oggi esistenti, sia sul piano tecnico sia su quello della dimensione e della maneggevolezza, sia su quello delle funzioni offerte.

Intanto, però, andrà detto che se gli e-reader (Kindle, Kobo, Sony) e gli smartphone trovano il miglior utilizzo con gli e-book che ormai ogni casa editrice mette a disposizione nei suoi negozi online o nelle diverse librerie della Rete, su di essi risulta il più delle volte lenta e faticosa (quando non impossibile o incompatibile) la lettura di quei pdf che propongono pesanti edizioni del passato, le cui pagine sono recuperate con una semplice scansione, sotto forma di immagini; viceversa il tablet sembra permettere, come un pc, anche una maggiore gestione dei libri antichi digitalizzati e quindi un più ampio accesso alle ormai grandi biblioteche che, in Rete, propongono le più diverse pubblicazioni dei secoli scorsi.

In questo breve intervento, tuttavia, non ci si soffermerà sul reperimento e sulla lettura dei testi del passato e fuori diritti d'autore (per i quali ci sarebbero per altro da porre importanti domande relative alle edizioni e agli esemplari scelti per la digitalizzazione). Si presterà invece attenzione alle edizioni e-book di testi del presente o di un passato prossimo (e per lo più ancora coperti dai diritti), che il lettore acquista o prende in prestito in biblioteca (per esempio attraverso l'ottimo servizio di Media Library On Line).

Il testo dell'e-book che il lettore legge sul suo e-reader, sul suo tablet, sul suo smartphone, quando è stato pubblicato contestualmente all'edizione stampata (ed è il caso di tutte le novità editoriali), è esattamente, già a partire dalla copertina (e spesso dalle scritte dei risvolti e delle quarte di copertina), quello che si può leggere anche sulla carta. Che scelga l'edizione stampata o quella digitale, l'acquirente lettore si troverà davanti il medesimo testo, anche se la lavorazione dell'e-book introduce specifici comandi in funzione della mobilità della pagina. Se le caratteristiche testuali sono le stesse, cambiano invece le potenzialità di lettura, da porre in rapporto alle possibilità del software e alla sua capacità di permettere la modifica del tipo di carattere e della sua dimensione, di offrire la funzione di ricerca, di rendere facile l'inserimento di note e di segnalibri, eccetera.

Negli e-book che escono insieme all'edizione cartacea, le questioni ecdotiche sono a monte della realizzazione dell'edizione digitale, e riguardano le scelte compiute nel corso del lavoro redazionale: nulla di nuovo rispetto a possibili domande e risposte che coinvolgono le problematiche degli interventi introdotti in redazione in vista della stampa.

Diverso è però il caso di testi già presenti in catalogo, per i quali la nuova edizione in e-book prevede una digitalizzazione a partire da un esemplare cartaceo. La modalità della realizzazione, e con essa, e a essa inerente, la correttezza del testo pubblicato, passa attraverso una digitalizzazione che si avvale di sistemi di OCR (Optical Character Recognition), a volte gestiti da aziende che collaborano con la casa editrice da zone del mondo estranee alla lingua italiana, dove i costi della manodopera sono bassi.

Dopo una scansione con lettore ottico è senz'altro necessaria la tradizionale correzione delle "bozze", ma, nonostante questa, a differenziare il testo stampato dal testo digitalizzato ci può essere la presenza di refusi diversi: nel passaggio dalla carta all'e-book, infatti, a volte vengono corretti errori presenti nella stampa, a volte ne vengono introdotti di nuovi. Leggendo un e-book ci si accorge di parole scorrette o incomprensibili in un particolare contesto: sono dovute proprio alla cattiva rilevazione del lettore ottico e a una cattiva correzione di bozze, a conferma che, per quanto modificato dalle tecnologie, il lavoro editoriale richiede un competente intervento redazionale, non demandabile a una macchina e soprattutto non eliminabile.

Interessante è anche il caso dei libri che escono sotto forma di e-book con strutture nuove rispetto all'edizione su carta. Emblematica, per dare una testimonianza di quanto si va dicendo, la proposta della Mondadori, in occasione dei 150 anni dalla nascita di Gabriele d'Annunzio (1863-2013), di edizioni in e-book che, come sottolinea la loro presentazione (sul sito Libri Mondadori), «ripropongono l'edizione dei "Meridiani"». Dopo avere indicato la struttura di ogni volume digitale, la presentazione precisa: «Gli apparati sono linkati al testo per garantire un'agile fruibilità sia su tablet che su reader (sul mercato degli e-book esistono pochissimi classici annotati che offrano questa funzionalità). La grafica elegante riproduce un'esperienza di lettura simile a quella su carta».

Non interessa, qui, commentare lo scritto dell'editore e il suo lessico, data la sua funzione eminentemente commerciale. Attraverso questo esempio, tuttavia, si può mettere in rilievo l'intenzione che muove la maggior parte degli editori impegnati, in questi anni, nella costruzione di un catalogo di edizioni in e-book, proponendo sia titoli appena usciti, sia titoli già appartenenti alle pubblicazioni della casa: l'obiettivo è la diversificazione dei canali di vendita e dunque la possibilità di raggiungere nuovi acquirenti, cambiando non il contenuto offerto ma il supporto che lo trasmette.

Sul piano più prettamente testuale, ogni e-book con le opere di d'Annunzio ripropone i testi dei singoli volumi dei «Meridiani», utilizzando tuttavia gli apparati di quelli più recenti, e quindi, per così dire, "scomponendo" edizioni di carta e "ricom-

ponendo” edizioni digitali. In questo contesto sono necessari attenti interventi redazionali (per esempio per quanto riguarda le tavole delle abbreviazioni), che tuttavia, pur dando vita a edizioni non corrispondenti in modo meccanico all’esemplare cartaceo, non modificano in senso innovativo il lavoro editoriale. Del resto l’operazione della suddivisione e della creazione di nuovi volumi è sempre stata riconoscibile nel vario utilizzo di opere a stampa dalle ampie dimensioni (si pensi alla scomposizione dei lunghi tomi della collezione «Letteratura italiana. Storia e testi» della Ricciardi nei brevi volumi della collana «Classici Ricciardi» di Einaudi).

Il vero interesse ecdotico offerto da un’edizione digitale riguarda invece la pubblicazione di edizioni di classici, costruite secondo i modelli delle edizioni critiche, arricchiti e potenziati, nelle loro possibilità di portare a conoscenza diretta materiali altrimenti di difficile reperibilità, dall’uso delle tecnologie digitali. Non si può tuttavia parlare, a questo proposito, di e-book nel senso detto sopra: il discorso nasce e si sviluppa nelle interrogazioni suscitate dalla pubblicazione di testi secondo modalità e intenti prettamente scientifici, per lo più affidati a dvd o a siti specifici in rete.

La lettura di un e-book – che si fonda, come per la pagina a stampa, su ragioni che il singolo lettore trova nella sua quotidianità e non nella necessità dello studioso – resta un’altra cosa. Non per questo, tuttavia, occorre dimenticare che un testo ha tanto più valore – qualsiasi sia il supporto con il quale viene proposto – quando si può dire che si tratta di un testo corretto, che non tradisce, cioè, per i suoi errori o per gli interventi compiuti nel corso della sua stampa, ciò che l’autore voleva portare al suo potenziale lettore.

## E se la soluzione fosse nel diritto d'autore?

di Piero Attanasio

*Il dibattito sulle biblioteche digitali in Europa è a una svolta, dopo l'approvazione della normativa sulle "opere orfane". Le risorse restano scarse ma alcune esperienze suggeriscono che il diritto d'autore, a lungo visto come un ostacolo alle digitalizzazioni, possa essere invece utilizzato come un fattore abilitante.*

Che fine hanno fatto i programmi delle biblioteche europee di digitalizzazione di libri del Novecento? Se ne parla da un decennio ma gli esiti sembrano davvero scarsi. Se si fa un giro su Europeana a caccia di reperti del genere, se ne esce sconfortati. Difficile trovare esempi davvero significativi. Qualcosa sulla Prima guerra mondiale, grazie allo stimolo del centenario. Qualcos'altro del tutto occasionale. Più nulla.

Di chi è la colpa? Se ne discute da un decennio con scarso costrutto. Imputato principe è il diritto d'autore. È il principale ostacolo, si ripete. Costa troppo non tanto pagare i titolari dei diritti ma cercarli e, una volta trovati, raggiungere un accordo. Tipico problema di costi di transazione, ben noto nell'economia del diritto d'autore e che forse non valeva la pena di drammatizzare oltremisura.

La drammatizzazione fa perdere lucidità. In tema di gestione dei diritti d'autore nei programmi di digitalizzazione su larga scala si è finiti a parlare (quasi) solo di "opere orfane", cioè di quelle opere che si sa essere ancora protette ma i cui titolari non si riescono a reperire. Per un'intera stagione, che fortunatamente volge al termine, è sembrato l'unico problema. Solo con una normativa

che consentisse alle biblioteche di utilizzare in regime di eccezione le opere orfane, i programmi di digitalizzazione sarebbero partiti.

Si è arrivati così alla Direttiva europea e a una serie di conseguenti legislazioni nazionali. Anche in Italia, dove – al momento in cui scrivo (ottobre 2014) – l'iter legislativo sta compiendo gli ultimi passi. Il problema è che l'intera legislazione si è concentrata su un potenziale, del tutto irrealistico, utilizzo di opere orfane da parte delle biblioteche o altre istituzioni. Basta leggere i *consideranda* che precedono il testo normativo (genere letterario che, specie nella legislazione europea, va assumendo caratteristiche sempre più interessanti, mescolando lo stile del comunicato stampa con quello tipicamente giuridico). Si insiste sull'impatto del tema sulla creazione delle biblioteche digitali ricordando che «l'istituzione di un quadro giuridico che promuova la digitalizzazione e la diffusione [delle] opere orfane rientra nelle azioni fondamentali dell'agenda digitale europea». Il che è persino vero, giacché l'iper-citata comunicazione della Commissione che ha lanciato *Un'agenda digitale per l'Europa* si sofferma sul tema. Né la cosa è limitata entro i confini europei. Negli Stati Uniti – con tempi persino più lunghi dei nostri – il dibattito ricalca a pieno lo schema seguito in Europa.

Dal momento in cui si è rappresentato il problema come capitale «al fine di promuovere l'apprendimento e la diffusione della cultura» (cito ancora dai *consideranda*), invece di derubricarlo a quel che in effetti è – un banale caso di eccesso di costi di transazione – si è costruita una macchina abnorme, probabilmente destinata a scarsissimi utilizzi. Chi davvero avrebbe avuto bisogno di una normativa ragionevole erano gli editori o altri produttori commerciali, specie digitali. Avete presente le note che ogni tanto si incontrano a fianco di una foto o di un brano per cui l'editore non è riuscito a trovare i titolari dei diritti ma si dice pronto a remunerarli laddove ricompaiano? Ecco, era quel che doveva essere regolato per fornire un po' più di certezza del diritto: la prassi è oggi fondata solo su una reciproca fiducia e la buona fede delle parti. Non ha mai dato grandi problemi, ma una sua regolamentazione formale sarebbe utile. La Direttiva non prende in considerazione il problema, anche se lascia una certa discrezionalità agli Stati membri nell'istituire forme di licenze anche commerciali per

le opere orfane. Al momento, però, solo il Regno Unito si è mosso in questa direzione. All'interno della recente riforma del diritto d'autore si è previsto uno schema di gestione delle opere orfane basato su licenze accessibili a tutti, a condizioni presumibilmente diverse a seconda delle circostanze.

D'altro canto, non si riesce a immaginare quale bibliotecario abbia voglia di mettersi a individuare orfani per adottarli in forma digitale. L'esigenza è digitalizzare più o meno ampie collezioni librarie, non accontentarsi del residuo risultante da ricerche fallite degli aventi diritto (con il rischio che ciò crei un incentivo a farlo *through killing the parents*, come è stato detto).

Le ragioni per cui la legislazione sulle opere orfane, che doveva essere la panacea, è invece inefficace sono evidenti se si ha la pazienza di far di conto. Abbiamo iniziato dicendo che il costo di transazione è (I) nella *ricerca* e (II) nella *negoziazione* e che si somma (III) alla *remunerazione*. La norma sulle opere orfane risolve solo il problema della ricerca (I), ponendo un tetto ragionevole oltre il quale non val la pena continuarla, e riduce a zero (salvo la ricomparsa dell'avente diritto) la remunerazione (III). Ma il costo maggiore è più spesso nella negoziazione (II), che non è affrontato. Inoltre, poiché le biblioteche digitali hanno valore culturale ed economico in rapporto alla ricchezza della collezione, risolvere solo un pezzetto del problema non incoraggia certo nuove iniziative.

Da qui l'impasse. D'altro canto, la fine della discussione sulle opere orfane, ora che le normative sono emanate e da una parte e dall'altra se ne va constatando l'inutilità, può essere utile per spostare l'attenzione sui problemi reali. Che riguardano sì i costi dei diritti ma anche le fonti di finanziamento.

Restiamo ancora per un momento sul lato delle spese. Iniziano a esserci evidenze empiriche sul rapporto tra costi di ricerca e costi di negoziazione. Quando la British Library ha sperimentato l'uso del sistema Arrow per la ricerca diligente degli aventi diritto ha constatato una riduzione dei tempi necessari a titolo da due ore a cinque minuti, ma le fasi successive restano complesse, e i tempi a titolo (pur non direttamente stimati nel rapporto) sono molto più ampi. Ancor più illuminante è l'esperienza di biblioteca digitale di Wellcome Trust, concentrata su un singolo argomento

(la genetica), e per questo non troppo ampia (alcune migliaia di libri) ma comprendente testi pubblicati in diversi Paesi. Sia pure in un ambiente circoscritto, la negoziazione individuale dei diritti è risultata molto più costosa della ricerca. Il costo medio della prima è stato stimato in 30 sterline circa a titolo, mentre la ricerca era pressoché irrilevante. Nello specifico caso, di letteratura scientifica, nella gran parte dei casi *sui titoli fuori commercio* gli aventi diritto erano disponibili a concedere gratuitamente l'autorizzazione a ripubblicare.

Ciò accade sui titoli fuori commercio perché il problema dei costi di transazione deve essere visto sotto due aspetti: il livello assoluto dei costi e il rapporto tra questi e il valore che ne deriva. Il costo di transazione nell'acquisto dei diritti di traduzione su un bestseller può essere molto alto (in contatti, consulenze, commissioni d'agenzia, incontri a Francoforte...), ma è irrilevante in confronto ai valori in gioco. Al contrario, se un libro è fuori commercio, il valore economico di uno sfruttamento ulteriore è basso, per cui anche un costo non troppo elevato è di fatto eccessivo.

Da qui l'idea di affidare a una gestione collettiva i diritti di riproduzione e messa a disposizione online dei libri fuori commercio, il che è lo strumento classico, da oltre un secolo, per ridurre i costi di transazione. Si è lavorato negli anni scorsi per stabilire i limiti di questo strumento (dalla rappresentatività effettiva delle società chiamate a gestire i diritti alla possibilità di uscire dall'accordo da parte dei singoli), ma che l'"adozione" dei fuori commercio, e non solo degli orfani, sia più efficace sembra un risultato acquisito.

Trovo tuttavia che la ragione del ritardo negli sviluppi dei programmi di digitalizzazione di opere del Novecento vada cercata soprattutto nell'aver concentrato l'attenzione solo sul "quanto costa" e mai sul "chi paga" e soprattutto sul "perché dovrebbe farlo". Ci sono essenzialmente tre modelli possibili. Nel primo a pagare è il settore pubblico, all'interno delle tradizionali funzioni delle biblioteche. Nel secondo si instaura una partnership con il settore privato per programmi che comunque consentano l'accesso gratuito per i lettori. Nel terzo le opere fuori commercio sono rimesse in vendita, singolarmente o in aggregati, in forma digitale.

In Europa si guarda molto alla prima ipotesi, ma più a parole che nei fatti. Non passa convegno su questi temi senza proclami su come la digitalizzazione dell'eredità culturale europea sia "una priorità". Che è tra le parole più abusate, così che a evitare equivoci è opportuna una definizione. "Priorità" è un concetto relativo e, parlando di politiche pubbliche, significa una "attività su cui investire risorse prima che su un'altra". Perché dopo tutto, spiace dover ricordare la tristezza ricardiana della scienza economica, le risorse sono limitate.

Ora, è probabile che molti di noi siano d'accordo che avere a disposizione liberamente accessibili online molti libri non più in commercio sia una buona cosa, ma che un numero inferiore sia disposto a sostenere che sia *prioritario* rispetto a una serie di altre buone cause (dal dissesto idrogeologico all'edilizia scolastica ai fondi per la ricerca). Persino all'interno dei fondi destinati alle biblioteche e anche limitandoci alle biblioteche nazionali, personalmente penso che le priorità siano altre. Lo dico usando *Tirature* come un palchetto in un angolo di Hyde Park, per esprimere la mia indignazione per le condizioni finanziarie in cui sono lasciate oggi le biblioteche nazionali centrali, dopo stagioni di tagli e blocco di turnover e poi ancora tagli. Mi capita, occupandomi di queste vicende, di essere ospite di biblioteche nazionali in altre parti d'Europa e del mondo. E mi capita di vergognarmi per il confronto: la scarsa attenzione, tutta italiana, al patrimonio librario nazionale è davvero un unicum. Maggiori risorse sarebbero in primis necessarie per ridare fiato alle biblioteche nazionali.

Ma questo è un altro discorso, una parentesi sia pur necessaria. Qui importa piuttosto un semplice esercizio di realismo politico: risorse pubbliche per programmi ampi di digitalizzazione dei libri del Novecento non se ne vedono a medio termine né in Italia né nel resto d'Europa. Resta da capire quali meccanismi possono incentivare modelli economici che vedano il coinvolgimento di privati.

Le alternative che restano sono due: il modello secondo cui un partner di grandi dimensioni finanzia l'operazione rientrando nell'investimento grazie a entrate pubblicitarie o, in alternativa, forme più tradizionali di riedizione delle opere non più in

commercio. Entrambi i casi richiedono l'acquisizione di esclusive nello sfruttamento delle opere digitalizzate. Sull'intero corpus, nel caso del modello generalista, se mi si passa la definizione presa dal medium che per eccellenza si fonda sulla pubblicità; sulle singole opere, nel caso del modello editoriale. Il primo modello, si è già capito, è quello proposto da Google alle biblioteche. Il secondo è più innovativo ed è prefigurato dalla legge che regola la gestione dei diritti sulle opere librarie fuori commercio in Francia.

Si tratta di una legge complessa, molto dirigista (forse troppo), che mette assieme un modello di gestione collettiva di diritti, un intervento pubblico di sostegno alle imprese attraverso mutui a tassi agevolati e un ruolo attivo nella selezione dei libri da parte della Biblioteca nazionale (Bnf). Il nocciolo dell'idea è identificabile nell'affidare a una società collettiva rappresentativa di autori e editori (individuata tramite un bando di gara in Sofia, la società che già gestiva il diritto di prestito) la gestione dei diritti sulle opere che la Biblioteca nazionale determina come fuori commercio. I libri non più in commercio sono offerti sul mercato per riedizioni digitali online; le licenze prevedono pagamenti solo in percentuale delle vendite, così da minimizzare i costi fissi iniziali. Ad accompagnare questo schema vi sono poi alcune norme volte a evitare la creazione di posizioni dominanti. Al di là delle specifiche tecniche, essenzialmente le licenze di Sofia possono concedere esclusive solo per modelli editoriali di sfruttamento, mentre per modelli generalisti basati sulla pubblicità sono ceduti solo diritti non esclusivi.

La legge risale al 2012 e l'avvio è stato più lento del previsto. Si cominciano però ora a vedere i risultati. La prima lista di 60.000 opere fuori commercio è stata pubblicata dalla Bnf nel marzo 2013. Prima che i titoli entrassero nella gestione di Sofia, per sei mesi i titolari dei diritti potevano opporsi. Al termine dei sei mesi, le opere offerte sul mercato erano diventate 55.000. Peraltro, è probabile che tra i 5000 *opt out* esercitati da autori e editori, ci fossero molti casi in cui questi hanno preferito una gestione individuale in vista comunque di una riedizione digitale. Dei 55.000 titoli residui, al settembre 2014 i diritti su 28.580 opere erano stati acquistati da 341 editori diversi. Numero significativo

non solo in rapporto al totale dei titoli offerti, di cui rappresentano il 52%, ma anche perché si tratta di oltre un terzo della produzione annua di novità librarie in Francia. L'adesione di una tale molteplicità di editori che scelgono cosa pubblicare consente di dire che gli obiettivi di pluralismo e diversità culturale che erano nell'iniziativa legislativa sono a portata di mano.

Sembra dunque che il buon vecchio diritto d'autore – gestito in modo innovativo – possa funzionare come un fattore abilitante della digitalizzazione di opere fuori catalogo. L'esatto contrario di come è stato finora rappresentato. Certo, è sempre un costo: ma può diventare anche lo strumento per consentire di recuperare gli investimenti necessari perché si passi dagli annunci su quanto sarebbe desiderabile avere disponibili in elettronico vecchi libri introvabili a effettive nuove edizioni.

Il modello generalista ha altri vantaggi, non si può negare, a partire dalla gratuità dell'accesso garantita al lettore. Ma è un modello che concentra il controllo su uno o pochi soggetti, il che è sempre poco auspicabile nelle industrie culturali. Il modello economico è basato sugli effetti di rete, dove la dimensione della collezione finisce per creare posizioni di vantaggio competitivo difficilmente scalfibili e quindi stabili nel tempo. Il diritto d'autore è in questo caso un fastidio, perché è un diritto di esclusiva concorrente con quello cui aspira l'impresa partner. Dal punto di vista politico, l'alternativa non è tra presenza o assenza di esclusive sulle opere, ma tra concedere l'esclusiva a uno solo o a molti.

Ridare la parola agli autori può avere altri vantaggi non trascurabili. In primo luogo per una caratteristica chiave del diritto d'autore: la tutela del diritto morale, che comprende il diritto all'inedito e anche all'oblio, se decenni addietro si sono scritte sciocchezze, o peggio nefandezze perché magari si viveva in un regime non democratico (e andando indietro nei decenni quasi l'intera Europa ha vissuto queste fasi).

Se poi la gestione collettiva avviene in modo più articolato, e agli autori si lascia la possibilità di scegliere politiche diverse, il diritto d'autore può dar luogo a modelli economici nuovi, anche nei rapporti con le biblioteche o con iniziative non a scopo di lucro. Su molti libri fuori commercio, specie di saggistica, è verosimile

che gli autori siano pronti a far pubblicare le proprie opere con una qualche forma di licenza *creative commons*, come il caso Wellcome Trust sopra citato conferma. O addirittura, in ambito scientifico, gli autori – o le istituzioni in cui lavorano – potrebbero avere interesse a finanziare le riedizioni, secondo modelli di *gold open access*, tanto più realistici al decrescere dei costi di digitalizzazione.

Usare le tecnologie per gestire meglio le informazioni sui diritti (chi sono i titolari e quali politiche di gestione preferiscono) è essenziale. È importante, sotto questo profilo, che la legge francese separi la gestione della determinazione dei fuori commercio dalla gestione successiva dei diritti, perché la prima informazione può in questo modo essere utilizzata anche per scopi diversi da quelli della licenza Sofia, per esempio da un autore che desideri affidare la digitalizzazione a una biblioteca pubblica.

Lungo questa linea si stanno affacciando esperienze che rovesciano il meccanismo da cui si è partiti: invece di immaginare la biblioteca che cerca i titolari e negozia con loro i diritti, si promuove presso questi ultimi, specie in nicchie specialistiche, la possibilità di dichiarare le proprie politiche. È il caso, per esempio, del servizio *Declare your rights* sviluppato all'interno del progetto Arrow dalla biblioteca universitaria di Innsbruck per le proprie tesi di dottorato. Queste sono già digitalizzate per garantirne la conservazione, e possono essere rese pubbliche chiedendo ai dottori di ricerca di essere attivi in tal senso.

In definitiva, sarebbe auspicabile guardare al problema con mente più aperta, puntando sull'innovazione tecnica nella gestione dei diritti, così da proporre modifiche normative che abilitino soluzioni diverse e non siano invece disegnate su un singolo modello economico. Per farlo, occorrerebbe sdrammatizzare il dibattito politico sul diritto d'autore. Non sembra che questo stia avvenendo in giro per l'Europa: i toni restano caldi e la qualità della discussione modesta. Il che non è una buona ragione per rinunciare a proporre qualche modesto approfondimento.



# MONDO LIBRO 2014

---

## **Calendario editoriale**

Un'intricata foresta  
*di Roberta Cesana*

## **Diario multimediale**

La leadership di Amazon  
*di Cristina Mussinelli*

## **Mappe transnazionali**

Emozioni in blu / Caffè Helsinki:  
la Finlandia a Milano  
*di Sara Sullam*

## **Taccuino bibliotecario**

Una legge per far leggere  
*di Stefano Parise*



## CALENDARIO EDITORIALE

### Un'intricata foresta

di Roberta Cesana

*Nel 2013 si conferma la perdita di lettori in Italia e gli editori provano a reagire: in questa direzione va la campagna dell'Aie #unlibroèunlibro per abbassare l'Iva sugli e-book al 4%; così anche la scelta di GeMS e Feltrinelli di investire nella distribuzione. La tendenza sul mercato internazionale è di creare modelli commerciali innovativi: il programma Next Big Book permetterà alle aziende rilevazioni più precise sulle vendite; servizi come "MatchBook" e "Kindle unlimited" di Amazon offrono un'alternativa alle modalità di acquisto tradizionali. In questo panorama si torna anche a parlare di questioni etiche e di editoria sostenibile; complice lo scontro tra Amazon e Hachette.*

#### *Cala la lettura di libri di carta, cresce quella digitale*

Nel 2013 sono 1,6 milioni in meno gli italiani che leggono almeno un libro all'anno (-6,1%) e la lettura cala in tutte le dimensioni sociodemografiche che la rappresentano: tra i giovani 6-14 anni del -7,4%; tra le donne del -4,7%; tra i forti lettori (+12 libri l'anno) del -10,3%; nelle regioni del Sud (-9,8%) e delle Isole (-11,2%). Il *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014*, presentato dall'Associazione italiana editori (Aie) alla Buchmesse di Francoforte, parla chiaro: «Quest'anno il 57% degli italiani non ha comprato neppure un libro» spiega Marco Polillo, presidente dell'Aie «siamo penultimi in Europa, avanti solo alla Grecia». In tre anni, dal 2011 al 2013, i lettori di libri sono diminuiti dell'11% e gli acquirenti del 15%.

Dopo aver scorso tabelle su tabelle piene di dati, tutti preceduti dal segno meno, viene sicuramente da chiedersi che cosa facciano oggi i tre milioni di ex lettori, quelli che nel 2011 leggevano e ora non leggono più. Come impiegano il tempo della non-lettura? Forse leggendo in digitale? Non è facile dirlo, perché sì, la lettura digitale risulta in crescita (i lettori di e-book sono stati nel 2013 1,9 milioni, +18,9% sull'anno precedente, con una crescita del +72,7% sul 2010) ma non è ancora chiaro quanto

ciò sia frutto di processi di sostituzione (dall'abbandono del libro alla lettura dell'e-book), o di integrazione (assai più probabile) tra forme diverse di lettura fatte, a seconda delle circostanze, su device differenti.

Intanto da uno studio presentato a luglio 2014 a Torino al convegno dell'Igel (Internationale Gesellschaft für Empirische Literaturwissenschaft) arriva un risultato inquietante: cinquanta studenti omogenei per cultura e uso delle tecnologie sono stati invitati, dalla norvegese Anne Mangen e dal francese Jean-Luc Velay, a leggere un breve racconto della giallista Elizabeth George: metà di loro su un libro cartaceo, metà sul Kindle. Poi sono stati interrogati sugli aspetti della storia, emotivi e narrativi. E il risultato è che quelli del Kindle, a differenza degli altri, avevano difficoltà a ricostruirne la trama.

### *Ma #unlibroèunlibro*

E qui si apre un'altra questione, che quest'anno è stata particolarmente sentita dagli editori italiani: quella dell'Iva che era fissata al 4% sui libri di carta e al 22% sugli e-book. Intervistato da «Repubblica», il presidente e Ad di GeMS Stefano Mauri ha sottolineato l'assurdità di questa disparità, «dal momento che l'e-book è solo un modo diverso per fruire un libro», mentre Riccardo Cavallero (ex numero uno di Mondadori Libri) ha ricordato la scelta della Francia, che ha già fissato l'Iva al 5% per la carta e il digitale.

Secondo Marco Polillo: «La discriminazione tra libro e libro elettronico danneggia la competitività del settore, rallenta sviluppi in aree cruciali come l'editoria educativa e scientifica e indebolisce gli editori europei nel confronto con quelli di altri Paesi come gli Stati Uniti, dove l'assenza di imposte sulla vendita di pubblicazioni elettroniche è stata uno dei fattori della forte espansione del mercato negli ultimi anni. La scelta di parificare l'aliquota Iva tra cartaceo e digitale, come avvenuto in Francia, potrebbe favorire la crescita del segmento degli e-book e la riduzione dei prezzi, con benefici diretti per i consumatori».

A questo scopo l'Aie ha lanciato la campagna #unlibroèunlibro e attraverso un sito ([www.unlibroeunlibro.org](http://www.unlibroeunlibro.org)) ha in-

vitato gli autori, i bibliotecari e gli altri professionisti del settore, ma soprattutto i lettori, a condividere la battaglia che ha ottenuto i risultati sperati proprio durante il semestre europeo di presidenza italiana: è infatti del 30 dicembre 2014 la notizia (twittata in anteprima dal ministro Dario Franceschini) dell'avvenuta equiparazione dell'Iva sugli e-book a quella sui libri di carta.

### *La chimera del successo costruito a tavolino*

Una delle novità più in vista nel 2014 ha come protagonista Next Big Book, un sistema che mostra dati aggiornati relativi non soltanto alle vendite dei libri ma anche al gradimento che si misura in Rete, dai social network a Wikipedia. In sostanza «questo monumentale passo avanti per chi si occupa di marketing del libro nell'era digitale» (come lo definisce il comunicato stampa) consiste in una rilevazione ravvicinata e quotidiana di vendite, iniziative promozionali, incontri, presenza sui social media, traffico Internet e tendenze sulla Rete dei titoli presi in esame.

La novità dunque consiste nel fatto che con Next Big Book è possibile analizzare contemporaneamente dati di diversa provenienza, e sappiamo quanto questo servizio possa ingolosire le case editrici e le librerie online che, non a caso, nell'ultimo anno si sono mosse proprio in questa direzione: si veda l'acquisto, da parte di Amazon e di Mondadori, dei due maggiori social network sulla lettura, rispettivamente Goodreads e aNobii, giganteschi bacini di informazione sui gusti dei consumatori.

Nel caso di Next Big Book, scrive Leslie Kaufman sul «New York Times», «l'idea è che la piattaforma consentirà all'editore di vedere quali fattori, dai post di Facebook alle recensioni, alle comparsate televisive, influenzano maggiormente le vendite». La sperimentazione è già in corso: consultando i dati di Next Big Book, Brittney Kleinfelter, un'analista di marketing per Macmillan, ha rilevato che un autore della casa editrice registrava buone vendite in un'area geografica dove però si doveva confrontare con uno scrittore simile pubblicato da un'altra etichetta, e così ha deciso di dirottare gli investimenti promozionali in una zona diversa, meno competitiva.

Se l'arrivo dei Big data in campo editoriale porterà a quel-

la che finora è stata una chimera, quella del bestseller costruito a tavolino, è tutto da vedersi. Intanto in Italia si è sviluppato un dibattito intorno al tema, al quale hanno preso parte, tra gli altri, Giuseppe Genna, secondo il quale «non è in questa direzione algoritmica che l'editoria andrà. Sarà un elemento destinato a esserci tra molti altri, senza particolari significati storici», e Loredana Lipperini, che ha rilevato come in questo settore l'editoria arriverebbe buon'ultima a sperimentare: risale a più di un anno fa l'accordo tra Facebook e Datalogix per incrociare i dati di navigatori e consumatori senza violarne la privacy, ovvero cancellando dai database le informazioni personali e sostituendole con codici cifrati. In quel caso le verifiche sono state fatte con un detergente, scoprendo che il 70% delle aziende che avevano pubblicato banner avevano avuto un ritorno sugli investimenti almeno triplo, e che effettivamente i clienti di un supermercato tendevano ad acquistare il detergente che avevano visualizzato nella colonnina destra della propria bacheca. In pratica, se si applicasse ai libri questa metodologia, si potrebbe scoprire quante persone che hanno visto il banner pubblicitario dell'ultimo libro di Camilleri lo hanno poi acquistato in libreria.

### *La classifica dei libri meno letti*

Altra diavoleria del 2014, inventata da Jordan Ellenberg, docente di Matematica all'Università del Wisconsin, è l'«Indice Hawking» che rende possibile calcolare in quale percentuale un e-book è davvero letto dagli utenti. Si tratta di analizzare i «popular highlights» presenti per ogni libro in versione Kindle (ogni e-book ha, visibili a tutti, i cinque passaggi più sottolineati dai lettori). Se la maggior parte delle citazioni riguarda i primi capitoli è altamente probabile che molti acquirenti non siano arrivati fino alla fine. Per ottenere una cifra esatta si fa la media delle pagine più citate e la si divide per il numero di quelle del libro: più alta è la percentuale risultante, più è verosimile che la lettura sia stata conclusa.

La classifica è un *divertissement*, come dichiara lo stesso Ellenberg nel suo intervento sul «Wall Street Journal». Eppure, la fotografia che ne viene fuori ha una certa plausibilità. Per esempio, mostra come le dimensioni continuo ma fino a un certo punto: in

cima alla classifica c'è un "mattoncino" che potrebbe intimidire per la mole, e invece *Il cardellino* di Donna Tartt svetta con il 98,5% e con i passi più apprezzati provenienti tutti dalle ultime venti pagine. Al polo opposto, la maglia nera spetta a Thomas Piketty, a lungo in testa alla classifica dei bestseller su Amazon ma anche autore del libro meno letto tra quelli acquistati: secondo Ellenberg, infatti, solo il 2,4% di coloro che hanno comprato *Il capitale nel XXI secolo* lo avrebbe letto fino in fondo.

### *Amazon contro Hachette*

Lo scontro tra Amazon e Hachette Book Group riguardo alla vendita degli e-book del gruppo sul grande store online ha infiammato le cronache editoriali del 2014. Riassumendo i termini della questione, il motivo del contendere riguarda il fatto che i rivenditori ricevono gli e-book a un prezzo fissato dagli editori, su cui possono però applicare uno sconto, e chiaramente questo sconto riduce i ricavi dell'editore. Attualmente la disputa verte proprio su questo punto: Amazon vuole applicare uno sconto maggiore, Hachette no, e non riescono a mettersi d'accordo.

Detta così sembra una questione abbastanza semplice, e soprattutto una questione tra aziende, una divergenza di vedute su un negoziato commerciale. Ma lo scontro tra il gigante della distribuzione e uno dei più grandi gruppi editoriali statunitensi ha assunto, nella seconda metà del 2014, proporzioni molto più vaste fino a coinvolgere un cartello di autori e finanche i loro lettori.

La goccia che ha fatto traboccare il vaso è stata il tentativo, da parte di Amazon, di boicottare le vendite degli autori Hachette. Sembra incredibile ma è successo veramente: come hanno segnalato diverse testate giornalistiche, verso la metà di maggio 2014 il negozio online di Amazon ha interrotto o reso difficoltose le vendite e prevendite di alcuni libri pubblicati da Hachette. In alcuni casi la possibilità di acquisto della versione dei libri in edizione tascabile era completamente scomparsa dalle opzioni a disposizione del cliente, e in altri Amazon segnalava tempi di reperibilità insolitamente molto lunghi, o prezzi più alti rispetto a quelli di altri rivenditori.

Chiamamante gli autori Hachette (e non solo) non ci hanno

visto più, ed è così che un migliaio circa di scrittori americani (tra cui molti autori di bestseller) riuniti intorno alla sigla "Authors United" hanno comprato una pagina sul «New York Times» per pubblicarvi una lettera indirizzata ai propri lettori, in cui hanno chiesto alla multinazionale di Jeff Bezos di «smetterla di arrecare danni alle possibilità di sostentamento di quegli autori su cui ha costruito i suoi affari».

Amazon ha risposto citando (male) Orwell e fornendo cifre e numeri sul tema dell'elasticità del prezzo degli e-book che sono subito stati contestati da più parti. Si legga il commento di eFFE: «Sorprende come il linguaggio pubblico di Amazon non si periti di nascondere le pratiche ricattatorie messe in atto contro Hachette e utilizzi toni allusivi francamente poco degni di una grande azienda. Chi vede in Amazon una nuova incarnazione del demone trova qui altra benzina da lanciare sul fuoco sacro dell'indignazione. Oggi fare a meno della distribuzione di Amazon è nel migliore dei casi un azzardo finanziario, nel peggiore un suicidio assistito. Ciò non toglie che bisogna concretamente pensare a costruire delle alternative efficaci».

E infatti anche in Italia si temono le prossime mosse di Jeff Bezos. I nostri editori osservano quello che è accaduto in Germania, dove il gruppo Bonnier ha subito un trattamento simile da parte di Amazon. Studiano il fallimento della legge francese, che per proteggere le librerie tradizionali ha impedito la spedizione gratuita dei libri, salvo trovarsi poi con Amazon che offre il servizio a un centesimo. Pensano a una strategia di difesa: il pericolo è vicino, non vogliono farsi trovare impreparati. «In Italia Amazon non ha abbastanza potere per fare quello che ha fatto in America e Germania, ma questo non ci mette al riparo da rischi», dichiara Gianluca Foglia, direttore editoriale di Feltrinelli. Ernesto Franco, direttore editoriale di Einaudi, non sa dire fino a quando l'Italia sarà al sicuro, ma è certo che se Bezos applicasse la formula Hachette al nostro mercato, scatenerebbe una rivolta: «Saremmo tutti uniti, editori e scrittori». Secondo Giuseppe Laterza, Amazon «non è un semplice distributore, è una straordinaria potenza di fuoco con grandi interessi al di fuori del mercato editoriale, un colosso che utilizza tutte le possibilità che il mercato globale gli

offre, comprese le condizioni di lavoro». Laterza chiama in causa la politica, che in Francia e Germania non è certo stata a guardare, e dello stesso parere è Massimo Turchetta (Rcs Libri): «Io penso che Amazon debba fare Amazon, e che gli editori debbano fare gli editori, salvaguardando la qualità dei libri. Non devono essere gli editori ad andare al muro contro muro con Amazon. Deve essere la politica a intervenire, a livello prima europeo e poi globale».

Marco Cassini (minimum fax) teme che «si trovi una soluzione all'italiana. Magari con i grandi editori, che qua controllano la distribuzione e hanno catene di librerie, pronti a siglare un patto di non belligeranza con Amazon. Non vorrei combattere un monopolio e ritrovarmi con un oligopolio».

### *Messaggerie con Feltrinelli*

«Nasce il nuovo polo italiano della distribuzione libraria da 70 milioni di volumi all'anno» annuncia il comunicato stampa che descrive l'accordo sottoscritto tra Gruppo Messaggerie e Gruppo Feltrinelli, subordinato però all'approvazione da parte dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato che dovrà verificare se tale concentrazione di potere sconfini in una posizione monopolistica. Ma l'intervento dell'Agcm è ritenuto dalle parti deboli della filiera editoriale sufficiente a tutelarle? Un numero crescente di piccoli editori alleatisi in Odei (Osservatorio degli editori indipendenti) ha di recente espresso il bisogno di una garanzia maggiore nel proprio settore, lamentando che «nessuna legge regola le percentuali di sconto che la distribuzione e la promozione trattengono, né le percentuali di sconto che le librerie rivendicano e spesso riescono a imporre. La concentrazione della filiera ha reso così alquanto asimmetrica una relazione contrattuale che vede, da un lato, noi editori indipendenti e, dall'altro, una o più reti di librerie in grado di dettare le condizioni dell'accesso al mercato. Con un accesso al mercato di fatto monopolizzato dai circuiti delle librerie di catena, siamo venuti a trovarci nell'impossibilità di negoziare qualunque condizione economica. A maggior ragione quando a mediare tra noi e le librerie sta un distributore la cui compagine societaria è chiaramente riconducibile a quella delle stesse librerie a cui vende».

Per capire meglio il senso di questo accordo tra grandi

operatori della filiera editoriale italiana, i bravissimi redattori del Tropic del Libro sono andati a chiedere ai diretti interessati. In primis Messaggerie, che vanterà il 70% di partecipazione nella joint venture. Claudio Fanzini, amministratore delegato Messaggerie Libri, assicura che «unendo le forze di MELI e PDE riteniamo di poter mantenere nel tempo, nonostante la diminuzione delle vendite, le stesse condizioni economiche garantendo al mercato un livello di servizio eccellente; implementeremo il nostro sistema informativo per distribuire le informazioni che riceveremo dal e sul mercato in tempo reale e fondamentali per affrontare la situazione di scarsità che colpisce tutta la filiera».

I librai indipendenti, quasi pleonastico aggiungerlo, non sono dello stesso parere. Di fatto l'accordo tra Messaggerie e Feltrinelli viene realizzato tra i due principali distributori presenti nel mercato e ne "rafforza la leadership" finendo con l'avvantaggiare l'intera filiera che hanno alle spalle. Si tratta, in entrambi i casi, di enormi gruppi che controllano componente editoriale (gruppo GeMS e Feltrinelli), logistica, distribuzione libraria e grande distribuzione, vendita online, sino alle principali catene librerie e, nel caso di Feltrinelli, persino alcuni immobili in cui le librerie hanno sede.

Allo stato attuale delle cose, non possiamo affatto dare per scontato che l'Agcm autorizzi l'accordo, ma intanto la corsa a ingrandirsi da parte dei soliti appare inarrestabile, e lo testimonia anche il nuovo piano di espansione delle librerie Mondadori: l'obiettivo del gruppo è quello di portare da 600 a 1.000 i propri punti vendita in Italia; quasi una risposta a Messaggerie e Feltrinelli sul ring dei pesi massimi dell'editoria.

Nel frattempo Romano Montroni è stato eletto presidente del Centro per il libro e la lettura e nella sua dichiarazione inaugurale, organizzata per ironia della sorte proprio a Segrate in casa Mondadori, ha dichiarato: «Più che aprire nuove librerie, fatto in sé encomiabile ma di difficile attuazione, bisognerebbe dare maggior qualità e professionalità a quelle che già esistono, per impedire che chiudano». Ma sono tante le realtà che hanno chiuso in silenzio, disseminate su tutto il territorio italiano: 150 nel 2013, secondo i dati dell'Associazione librai italiani.

*Alla ricerca dell'integrazione perfetta tra cartaceo e digitale*

Ci sono tentativi, da parte delle librerie reali, di competere con gli store online. Cito per esempio le librerie Ibs, dove è possibile scegliere l'e-book da una postazione pc, pagare in contanti alla cassa e poi scaricare il libro (sul posto o a casa). Ma il modello che sembra avanzare è un altro e proviene dalla solita Amazon. Mi riferisco a MatchBook (per ora attivo solo nella versione americana del sito), il servizio che consente ai clienti di scaricare a prezzo scontato la versione digitale di ogni libro cartaceo acquistato su Amazon dal 1995 a oggi. L'ennesima mossa strategica da parte di Amazon nella direzione di equiparare l'acquisto cartaceo e quello digitale, questa volta però non proponendoli più come alternative, ma come versioni complementari.

Anche in Italia ci sono alcuni segnali che vanno già in questa direzione. Protagonista ancora una volta Ibs, con riLeggo, il servizio che permette di acquistare a prezzo ridotto (a partire da 1,99 euro) la versione e-book dei libri acquistati in versione cartacea, attivo non solo sui nuovi acquisti ma anche su quelli effettuati negli anni precedenti. Allo stesso modo, nel periodo dicembre 2013 – gennaio 2014 (per Natale) le librerie Mondadori hanno regalato l'e-book a chi comprava la rispettiva novità in cartaceo. Secondo Riccardo Cavallero, in futuro si potrebbe arrivare a offrire, di routine, tre opportunità per gli acquirenti: «comprare solo l'e-book o solo la versione cartacea oppure, con un costo lievemente superiore rispetto a quello del libro cartaceo di turno, si potrà avere quasi in regalo anche la versione digitale».

Ma Amazon è già andata oltre e, per ora solo negli Stati Uniti, ha lanciato anche Kindle Unlimited, un pacchetto di abbonamento sugli e-book, con testi da scaricare illimitatamente, sul modello di Spotify o di Netflix, per una cifra mensile di 9,99 dollari (i primi trenta giorni sono gratuiti). Anche in questo caso, qualcosa si muove già pure in Italia: in autunno Laterza ha lanciato Lea, una piattaforma che offre agli abbonati anche materiali inediti audio e video; mentre a luglio è nato Bookstreams, con un catalogo di alcune migliaia di titoli proposti da piccole case editrici di cultura, come Nottetempo, Del Vecchio, Zandonai. Resta ora da vedere se, dopo tante parole sul “modello Netflix” per i libri, i

lettori italiani sottoscriveranno effettivamente i loro abbonamenti e ameranno leggere in streaming quello che, a quanto pare, non hanno più voglia di leggere su carta.

Sicuramente una delle tendenze emergenti sembra essere quella di leggere (e scrivere) storie sempre più brevi. Penso a Wattpad, il sito che promuove una forma estrema di lettura e di scrittura partecipata: un social network dove tutti possono scrivere storie che vengono commentate in tempo reale dai lettori. La piattaforma si presenta con i classici connotati del social network, il login può essere fatto attraverso Facebook e ogni utente ha un profilo dove può pubblicare la sua storia, che è rigorosamente a puntate, ideale per una fruizione in un tempo limitato. Wattpad per molti giovani ridefinisce la lettura e la scrittura (risulta che il 53% degli scrittori abbia scritto con il proprio smartphone): entrambe si compiono in mobilità, stando sempre connessi, interagendo con gli altri lettori e con l'autore stesso, commentando l'opera in divenire. Sulla falsa riga di Wattpad opera anche FingerBooks, mentre il Gruppo Editoriale L'Espresso (già *ilmiolibro.it*) ha lanciato *storiebrevi.it*, che imita Wattpad anche nella grafica e propone «narrativa italiana contemporanea da leggere dove e quando vuoi» ma rigorosamente sul telefonino.

Potrebbe aver ragione Filippo Pretolani, quando dice che «il mercato della lettura è saturo mentre quello della scrittura è tutto da inventare». Le persone scrivono e non leggono, e secondo lui «per rimettere in gioco le sorti del mercato editoriale è il caso di indagare seriamente e senza pregiudizi come la domanda/offerta di lettura e la domanda/offerta di scrittura vengano mediate dal processo editoriale».

### *Verso un'editoria sostenibile?*

Come andrà a finire? Cosa ci diranno i dati e le cronache editoriali dell'anno prossimo? Chissà se il 2015 sarà l'anno nel quale la flessione del mercato dei libri di carta sarà finalmente compensata dalla crescita dei ricavi nel digitale? È presto per dirlo, e forse è prematuro immaginare che si possa prefigurare, a breve termine, uno scenario del genere.

Intanto circola, o meglio serpeggia, negli ambienti editoria-

li una “visione” che fa appello alla responsabilità dei lettori e che mi piace provare a diffondere. Per farlo, vorrei fornire tre piccoli riferimenti bibliografici: *“En Amazonie”*. *Un infiltrato nel “migliore dei mondi”*, un reportage di Jean-Baptiste Malet, giovane giornalista francese che si è fatto assumere in un magazzino Amazon nel periodo prenatalizio, che racconta le condizioni di lavoro negli impianti della multinazionale americana; *Essere editori oggi*, un manuale, redatto e pubblicato da :duepunti edizioni, che riflette a 360 gradi sulla funzione editoriale in tempi di crisi; e *Verso un'editoria eticamente orientata?*, un'intervista rilasciata da Andrea Baranes (da anni impiegato in prima linea in movimenti e reti della società civile volti alla riforma del mondo finanziario ed economico) al Tropic del Libro, da cui sono tratte le considerazioni seguenti.

Così come in altri settori (dall'agricoltura a chilometro zero ai gruppi di acquisto solidale, dal commercio equo alla finanza etica, dal turismo responsabile al software libero) si sta sviluppando un embrione di un vero e proprio sistema economico alternativo, fondato su basi di partecipazione democratica e rapporti diretti tra produttori e consumatori, la sfida potrebbe essere quella di ricollocare l'idea di mestiere editoriale nello stesso recinto di concetti come equità e solidarietà, cercando al tempo stesso l'antidoto al precariato e all'autosfruttamento. Sarà possibile per le piccole imprese editoriali modificare il loro modello di business in chiave etica in un contesto in cui i grandi gruppi editoriali agiscono secondo i dettami tradizionali? L'idea è quella di una nuova gestione, in cui una “comunità” di persone si prende cura di un determinato bene, superando la dicotomia pubblico-privato e mettendo in campo strumenti di partecipazione. Si tratta di un percorso che è ancora tutto da costruire, in cui serve un cambiamento culturale dei cittadini prima ancora di un cambiamento economico, finanziario o commerciale. Un'editoria eticamente orientata si dovrebbe fondare su trasparenza, partecipazione, attenzione agli impatti non economici delle attività economiche. La differenziazione tra due modelli di editoria potrebbe essere addirittura un punto di forza per un mondo di riferimento che si sta affermando. Molti studi e analisi mostrano che una percentuale elevata di consumatori, anche in un momento di crisi, si dice di-

sponibile a pagare eventualmente di più un dato prodotto se ha la garanzia che questo venga realizzato nel rispetto dell'ambiente e dei diritti dei lavoratori.

Se Amazon è indubbiamente imbattibile dal punto di vista della praticità e dell'efficienza e se questo primato si basa tuttavia su pratiche aziendali che non hanno molto da invidiare alle miniere dell'Inghilterra vittoriana, allora la scelta del consumatore/lettore responsabile non può solo basarsi sulla comodità del *buy-with-one-click*. Comprare uno stesso libro sul sito dell'editore, e sopportare una procedura d'acquisto leggermente più lunga e dei tempi di consegna (per il cartaceo) maggiori, consente all'editore di avere margini operativi più alti e dunque di poter continuare a fare il suo lavoro.

Come ha scritto nel gruppo Facebook "Essere librai oggi" Marco Zirotti, libraio indipendente dal 1993 a Castel San Pietro Terme: «Solo se si riesce a far percepire che scegliere una libreria locale indipendente è un atto dai risvolti sociali potremo riuscire ad avere delle chance. A far percepire che da una parte ci sono i colossi, quelli abituati a vincere, a prendere tutto il bottino senza fare prigionieri, l'ossessione per il profitto, dall'altra gli indipendenti».

## DIARIO MULTIMEDIALE 2014

### La leadership di Amazon

di Cristina Mussinelli

*Il mercato del digitale e quello editoriale si intersecano sempre più: crescono le vendite di tablet e smartphone e un numero sempre maggiore di persone li utilizza per leggere e-book. In Italia aumentano, soprattutto tra gli under 25, gli utenti di Internet che hanno letto o scaricato libri e riviste online nell'ultimo anno. Negli Usa le vendite sulla Rete di libri e e-book hanno superato nel 2013 quelle dei retailer tradizionali. Il messaggio per gli editori è chiaro: la questione non è più se pubblicare in digitale o meno, ma come gestire in maniera efficiente la promozione sui vari canali. Lo confermano il successo in Germania di Tolino e la scelta di HarperCollins di vendere direttamente dal proprio sito.*

**A**ncora una volta proviamo a raccontare l'evoluzione del settore editoriale e i suoi rapporti con l'innovazione tecnologica, identificando alcuni dei trend salienti. È diventato però complesso riuscire a separare i due ambiti, in quanto editoria e digitale non sono più contrapposti ma due elementi che si intersecano sempre più.

Come abbiamo già visto negli scorsi anni, le modalità di adozione delle tecnologie e il loro livello di integrazione possono però variare notevolmente nei diversi segmenti di mercato sia per le caratteristiche specifiche dei prodotti editoriali sia per l'ampiezza della diffusione e per il diverso utilizzo delle tecnologie fatto dai lettori: e anche quest'anno la situazione ha rispecchiato queste dinamiche.

Analizziamo innanzitutto i dati degli Stati Uniti sulla diffusione delle tecnologie. Secondo le ricerche più recenti sono stati venduti cinquanta milioni di e-book reader e centosessanta milioni di tablet (e si può stimare circa il doppio nel resto del mondo). Secondo i dati Nielsen Market Research e Pew Research Center circa un terzo degli acquisti di e-book viene effettuato da un e-reader. Il mercato dei tablet è dominato da Apple (più o meno

l'80% del totale) e circa un terzo dei possessori di tablet dichiara di usarlo anche per leggere gli e-book grazie anche alle diverse applicazioni mobile che i diversi rivenditori di e-book mettono loro a disposizione. Secondo i dati Pew il 12% dei possessori di smartphone utilizza il cellulare per leggere gli e-book; può sembrare un numero poco significativo, ma considerando la vasta base installata la stima è di circa 21 milioni di persone.

In prospettiva futura probabilmente è il mercato del mobile quello destinato a crescere, in principal modo per il ridursi dei prezzi dei device e quindi per la loro sempre più ampia diffusione, soprattutto nelle fasce più giovani: già oggi il 74% dei ragazzi tra i 14 e i 17 anni e l'80% di quelli tra i 18 e i 24 possiede uno smartphone.

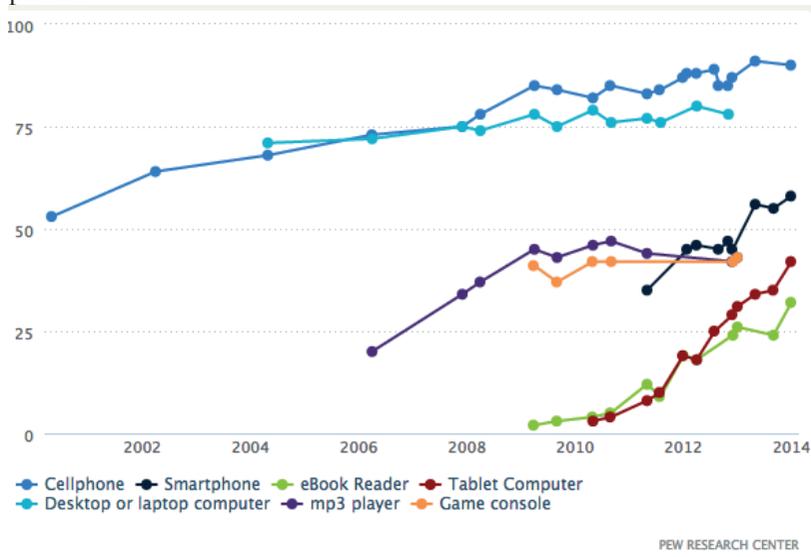


Tabella 1: diffusione tecnologie nelle famiglie USA – Pew Research Center 2014

Anche in Italia, che è sicuramente, rispetto agli Stati Uniti, ancora in una situazione meno avanzata, secondo i più recenti dati Istat, le dotazioni tecnologiche sono in crescita. In particolare nelle famiglie dove sono presenti minorenni il cellulare è onnipresente e la connessione a Internet a banda larga è disponibile nell'87,2% dei casi. Nel 2014 più della metà degli utenti italiani di Internet ha

utilizzato la Rete per leggere giornali, riviste, news online (55,8%), e il 15,6% ha letto o scaricato libri online o e-book, i maggiori fruitori di libri online si individuano tra le giovani internaute di 15-24 anni, oltre il 21% delle quali legge o scarica libri online o e-book. Nel 2013 come riportato nel rapporto AIE sull'editoria 2014, secondo l'elaborazione dell'Ufficio Studi AIE su dati Assinform/NetConsulting, sono stati venduti 12,3 milioni di smartphone, 3,4 milioni di tablet e "solo" un milione e 150mila e-reader. Il mercato degli e-book è stimato in un 3%, per un valore di circa quaranta milioni di euro (con IVA al 22%).

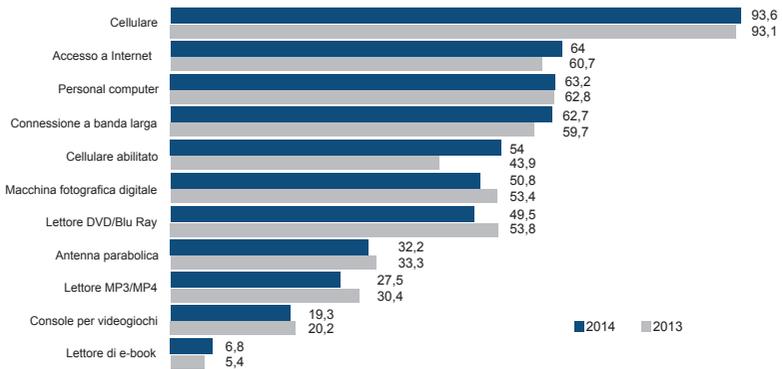


Tabella 2: famiglie italiane per beni e servizi disponibili. Anni 2013 e 2014, valori per 100 famiglie – Istat 2014

Per quanto riguarda poi gli e-book, le versioni digitali sono l'esatta replica in formato digitale, ePub o Pdf, della versione cartacea e vengono ormai quasi sempre messe in vendita in contemporanea con l'uscita della versione cartacea, dando quindi al lettore sin dalla prima uscita la possibilità di scegliere il formato a lui più gradito.

Negli Stati Uniti, dopo il rallentamento del 2013, che già avevamo anticipato lo scorso anno, nel 2014 la crescita si è fermata e si è assistito a una stabilizzazione (se non a un leggero calo) delle vendite degli e-book. Secondo i dati che più di 1.600 editori americani forniscono all'American Publishers Association (AAP), il mercato può essere oggi valutato attorno al 25% dei ricavi, rispetto al 42% delle edizioni paperback e al 25% di

quelle hard cover. Secondo i dati Nielsen Books & Consumers la parte del leone la fanno le categorie romance e mystery, rispettivamente con il 32% e il 36% del mercato, seguite dal segmento dei young adults con il 27%. Se si analizzano poi le dichiarazioni dei consumatori sui canali selezionati per acquistare gli e-book, Amazon è sempre il leader del settore in quanto scelto dal 57%, seguito da BN.com/Nook con il 14% e Apple con il 6%. Se invece si considerano i device utilizzati per scaricare gli e-book, il più utilizzato è il Kindle con il 23%, seguito dal Kindle Fire con il 21%, dal 18% dell'iPad, dal 9% del Nook di Barnes & Noble e dal 4% dell'iPhone.

Secondo i dati di BookStats inoltre nel 2013 le vendite di libri online sommate a quelle degli e-book per un totale di 7,54 miliardi di dollari hanno superato quelle dei retailer tradizionali pari a 7,12 miliardi di dollari. Le vendite degli e-book in lingua inglese stanno poi cominciando a offrire agli editori statunitensi crescenti opportunità nel mercato globale.

Per gli editori quindi il problema non è più se pubblicare o meno gli e-book, ma come promuovere l'offerta digitale nei diversi canali disponibili, gestire le strategie di pricing e mantenere la profittabilità sia per i prodotti cartacei sia per quelli digitali.

Particolarmente significativo in questo contesto è stato quindi il braccio di ferro tra Amazon e Hachette che si è risolto, dopo un lungo periodo di ostilità, il 13 novembre, poco prima della stagione delle vendite natalizie, con un laconico comunicato congiunto che ha lasciato ampio spazio a commenti e illazioni sugli accordi raggiunti. La querelle si è aperta con la richiesta di Amazon di mettere in discussione i termini degli accordi con Hachette scaduti a marzo 2014 e in particolare di variare le percentuali di sconto applicate agli e-book dell'editore. Alla risposta negativa di Hachette, Amazon ha cominciato a penalizzarla rallentando le spedizioni o bloccando i preordini dei suoi titoli cartacei, mantenendo, nel contempo, i prezzi più alti rispetto a qualunque altra libreria e in alcuni casi non rendendoli del tutto disponibili. Sono stati coinvolti anche titoli di autori di bestseller come J.K. Rowling, Donna Tartt, Malcolm Gladwell e Douglas Preston, uno dei principali autori di Hachette che ha capeggiato una protesta

cui hanno aderito più di 1.500 scrittori sia di Hachette sia anche di altri editori, criticando fortemente le strategie di Amazon e mettendo in guardia il pubblico nell'ottica di garantire la democrazia e di boicottare le vendite del retailer.

Entrambe le parti hanno subito significative perdite sia in termini economici, sia dal punto di vista della loro immagine pubblica. La posta in gioco era però alta, per Hachette si trattava di garantirsi il potere di controllare i prezzi cui vendere i suoi titoli in un canale commerciale che detiene circa il 50% del mercato e quindi di poter riuscire a gestire i propri margini di profitto, mentre per Amazon l'obiettivo era quello di avere margini più ampi che le permettessero di ridurre i prezzi al consumatore, continuando nella sua strategia di fidelizzazione del cliente. Gli accordi conclusi a novembre sembrerebbero dare a Hachette il potere di controllare i prezzi e includere degli incentivi nel caso di sconti effettuati da Amazon, ossia avere caratteristiche simili agli accordi stipulati da Amazon con Simon & Schuster qualche mese prima.

Sempre nella logica di controllare meglio il mercato, comprenderne più a fondo le dinamiche e dipendere meno dai retailer, HarperCollins ha cominciato a vendere direttamente online sul suo sito, con l'obiettivo in questo caso non tanto di avere maggiori margini, quanto di creare una relazione diretta con i propri lettori: in particolare riuscire a vendere direttamente gli e-book permette di raccogliere dati e informazioni sulle abitudini di lettura che oggi sono appannaggio solo dei diversi retailer, che non li mettono a disposizione degli editori, sfruttando i vantaggi che ne derivano.

In Europa (dove secondo le stime più recenti Amazon sembra avere il 90% del mercato degli e-book in UK), particolarmente interessante è il caso di Tolino, progetto per la lettura digitale nato nel marzo 2013 in Germania dalla collaborazione di Deutsche Telekom e delle principali catene librerie tedesche, che in meno di due anni ha già raggiunto una quota del 40% del mercato e-book a fronte del 47% di Amazon. Il progetto ruota intorno a una serie di e-reader prodotti da Deutsche Telekom che sono stati messi in

vendita nelle librerie tedesche, sia online sia fisiche. I device, che permettono la lettura di e-book in formato ePub, danno accesso a un catalogo di un milione e 600mila titoli inglesi e tedeschi. A dicembre è stato lanciato anche in Italia con la partnership di Ibs.it e un catalogo di 100mila titoli in italiano, e si espanderà in Austria, Svizzera, Belgio e, presto, in Olanda.

## MAPPE TRANSNAZIONALI

di Sara Sullam

### Emozioni in blu

*La giovanissima francese Julie Maroh individua nel romanzo a fumetti il medium più adatto a rivitalizzare e attualizzare il coming out novel. Con Il blu è un colore caldo (2010) Maroh si fa interprete di una tendenza della recente letteratura giovane al recupero della “retorica della commozione” per invitare a una presa di coscienza sulla condizione omosessuale.*

**I**n concomitanza con l'uscita nelle sale della *Vita di Adele*, film del regista franco-tunisino Abdellatif Kechiche vincitore della Palma d'Oro nell'edizione 2013 del Festival di Cannes, è stato tradotto anche in Italia (per i tipi di Rizzoli Lizard) *Il blu è un colore caldo* (2010, d'ora in poi *Blu*), graphic novel con cui ha esordito la giovanissima francese Julie Maroh. Si tratta di un evento rilevante; non tanto (o non solo) perché è la prima volta che un fumetto ispira, seppur liberamente, un film insignito di un premio così prestigioso, quanto perché l'opera di Maroh insedia all'interno del campo in espansione del romanzo a fumetti quella che può essere considerata una delle varianti omosessuali del romanzo di formazione, il *coming out novel*, in cui l'ingresso in società del protagonista è legato a un processo di accettazione della propria sessualità in seguito al primo innamoramento.

Il tema dell'omosessualità femminile si emancipa così definitivamente dalle sue due principali realizzazioni a fumetti, il manga – nella sua veste seriale così come nella variante ad alto tasso di autorialità di Ebine Yamaji, autrice di *Indigo Blue*, *Free Soul* e *Love My Life*, tradotti in Italia da Kappa Edizioni – e le strisce “militanti”, come quelle di Alison Bechdel (autrice celebre per i suoi graphic memoir) pubblicate tra il 1987 e il 2004 e raccolte nel volume *Dykes. Lesbiche, lelle, invertite* (Bur, 2009). Con *Blu* si compie un importante salto generazionale: Maroh, classe 1985, è un'interprete paradigmatica dell'“età adulta del fumetto”. Non è passata

dalla striscia, ma da subito ha individuato nel romanzo a fumetti, che ormai occupa una posizione non certo marginale nel campo letterario, il *medium* più adatto a rivitalizzare un genere come il *coming out novel* giocando abilmente con le sue tonalità emotive.

Ambientata a Lille negli anni novanta, la storia della liceale Clémentine, che scopre con dolore la propria omosessualità quando s'innamora di Emma, studentessa di Belle arti e lesbica dichiarata, si articola apparentemente sulle consuete tappe di una *Bildung* lesbica: il rifiuto iniziale del desiderio omoerotico, l'ostilità dell'ambiente circostante, nello specifico quello scolastico, la rottura traumatica con il contesto familiare che non accetta l'omosessualità. E si conclude, tragicamente, con la morte della protagonista. Nulla di nuovo sotto il sole: si tratta di un *topos* della letteratura lesbica, dove numerose narrazioni terminano con una tragica uscita di scena dell'eroina. Ma in *Blu* la morte è collocata all'inizio. «Amore mio, quando leggerai queste parole avrò già lasciato questo mondo. [...] Ti amo, Emma, sei l'amore della mia vita»: in fin di vita Clém consegna a Emma i propri diari, nei quali è narrata la loro storia d'amore. Il graphic novel è quindi strutturato sull'alternanza tra le lunghe analesi affidate al diario di Clém, restituite in tavole in bianco e nero con sprazzi di blu a indicare l'irrompere del desiderio, e il doloroso atto di lettura di Emma, raffigurato in tavole a colori.

L'inizio a forte impatto emotivo – con cui Maroh si fa interprete di una tendenza diffusa nella letteratura “giovane” degli ultimi anni, volta a un recupero rigenerante dell'arte della commozione (tema di *Tirature '13*) – coinvolge fin da subito il lettore. La scrittura diaristica, cadenzata su toni intimi e affabulatori, invita a seguire da vicino lo scandaglio interiore della protagonista, rende partecipi dei suoi turbamenti, genera un sentimento compassionevole. Anzi, *Blu* sembra presentare in modo fin troppo esibito le marche della letteratura commovente: è costruito sulla «retorica del troppo tardi» (Moretti), in quanto l'agnizione fra le due coincide con la crisi cardiorespiratoria che porta Clém alla morte, e prevede una punizione sproporzionata (anzi, connotata in senso romanzesco, affine com'è alla tisi di ottocentesca memoria) per Clém, vittima dell'incomprensione. Incomprensione da parte di

Emma nel momento in cui viene tradita con un collega, certo – che di fatto però si risolve nell’ultimo incontro –, ma soprattutto incompienza nei confronti di se stessa. È proprio questo il primo dato significativo: Clém non è un’eroina tragica per il cui crudele destino si prova sdegno, non muore perché la società le è nemica, perché è nel giusto ma ingiustamente discriminata. Implicitamente (ma neanche troppo) ci viene suggerito che muore perché a differenza di Emma non ha coscienza, privata e politica, della propria condizione omosessuale.

Non a caso il “diario in blu, bianco e nero” di Clém, il quale occupa gran parte del graphic novel (130 pagine su 156), si conclude sul sommario contenuto nella tavola che segue il secondo picco emotivo di *Blu*, ovvero la cacciata dalla casa paterna. Articolata su una gabbia composta da vignette che riassumono tredici anni, scanditi in tappe ben precise – «ho conosciuto i genitori di Emma più in fretta del previsto», «E sono cresciuta più in fretta del previsto», oppure scene della vita lavorativa di Clém, o di vita domestica – la tavola è sovrastata da un’enorme raffigurazione di Clém in posizione fetale, nuda, come a indicare una rinascita, da leggere non tanto in senso positivo quanto di frattura: la vita prima/la vita dopo. Il “dopo” va dai diciotto ai trent’anni di Clém; è a quell’età che la ritroviamo in tavole che raffigurano un presente a colori, ben lontano, anche nel tratto, da quelle della rammemorazione diaristica.

A quel punto il rapporto con Emma comincia a mostrare la corda per la relazione che ognuna ha con la propria omosessualità. Per Emma, attivista LGBT, è una questione politica, mentre Clém cerca di farsi bastare l’amore di Emma per sopperire alla frattura prodotta dalla cacciata dalla casa paterna, dopo la quale il suo animo «è raramente in pace». Tentativo vano, però, perché il desiderio di essere felici «come tutti» senza però rivendicare una differenza (e *quindi* i propri diritti, sembra suggerire Maroh) è destinato allo scacco. Ma Clém lo capisce troppo tardi: sulla spiaggia dove avviene l’agnizione finale, poco prima dell’ultimo amplesso che le provocherà la fatale crisi cardiorespiratoria, Clém ha una visione di Emma con un bambino, disegnato significativamente in grigio-blu, laddove ormai siamo nel “presente a colori”. Quella vi-

sione può essere interpretata come l'immagine del pieno ingresso nell'età adulta: ma il contrasto cromatico ci dice, come già sappiamo, che per Clém questo non avverrà.

Come non provare compassione, si dirà. Eppure: fermiamoci un momento e domandiamoci se sia davvero questo il sentimento mobilitato da Maroh. Certo, si è toccati dalla storia di Clém. Ma in verità è a Emma che il lettore si sente maggiormente affrattellato, perché in fondo è attraverso di lei, con i suoi tempi, che ripercorre la storia della sventurata ragazza. Non si tratta quindi di compassione, la quale tende a generare sconforto, ma di commozione. Il lettore si commuove per Emma; o meglio *con* Emma. Ed è proprio in questo che risiede l'originalità di *Blu*. La reinterpretazione in chiave graphic del *coming out novel* operata da Maroh si realizza così tramite uno slittamento nella retorica dei sentimenti: si va oltre la pura compassione o la semplice commozione per un destino crudele inerente alla condizione stessa di omosessuale in una società ostile. Creando una vicinanza con Emma, attraverso l'espedito della commozione condivisa e della testimonianza di Emma, Maroh realizza un appello alla sensibilità del lettore, mirato, più che a suscitare compassione e sdegno per una condizione di minoranza, a una presa di coscienza.

Pur riconoscendo l'importanza e l'originalità di *Blu* – non bisogna dimenticare che nasce come opera prima di una diciannovenne e che quindi la scelta di concentrarsi sul momento della scoperta di sé sia quasi obbligata – viene da chiedersi se un'operazione del genere non sia già in parte superata. Se non sia il caso di affrancarsi anche dalla matrice narrativa del *coming out novel* per dare pieno diritto di cittadinanza artistica agli omosessuali facendoli uscire dalle zone dell'immaginario e dalle narrazioni in cui sono ancora per lo più relegati, dove dominano il tragico, il melodrammatico della giovane età, o il tragicomico. Il film di Kechiche va in questa direzione: riparte, idealmente, da dove Maroh si è fermata. La presa di coscienza è avvenuta, Adele (così si chiama Clém nel film) è relativamente in pace con la propria omosessualità, non muore. La sua vita, con i dolori causati dalla solitudine che colpisce indiscriminatamente etero- e omosessuali, malgrado le «proposte di liberazione e di affermazione piena e profonda di sé

che quest'epoca mette a disposizione» (Fofi), è appena cominciata, chissà che cosa ha in serbo per lei. Forse ora siamo più attrezzati per chiedercelo, per chiedere che ci venga raccontato: e questo anche perché, in soli tre anni, un graphic novel e un film hanno modificato il nostro immaginario e il nostro orizzonte d'attesa su un tema oggi di grande attualità ma troppo a lungo relegato in una zona marginale della letteratura.

## Caffè Helsinki: la Finlandia a Milano

*Ospite d'onore alla Fiera del Libro di Francoforte, la Finlandia è stata al centro di una ricca rassegna tenutasi a Milano tra maggio e giugno, Caffè Helsinki. Un'occasione per conoscere un territorio dell'immaginario europeo che della sua posizione marginale ha saputo fare un punto di forza.*

**M**ancano tre anni al centenario dell'indipendenza della Finlandia, ma le prove generali sono già iniziate, almeno in campo letterario. Il 2014 è stato un anno importante per la letteratura finlandese, o meglio, per la sua diffusione internazionale. Il Paese è stato ospite d'onore alla Fiera di Francoforte in ottobre, dove molti sono stati gli eventi volti a rendere nota una cultura spesso sconosciuta ai più. Un assaggio assai saporito del piatto forte francofortese si è avuto a Milano, dove dal 28 maggio al 12 giugno si è tenuto Caffè Helsinki, rassegna di cultura finlandese. L'evento è stato organizzato da Iperborea, attore di punta nella mediazione editoriale in ambito scandinavistico (editore dei bestseller di Arto Paasilinna), in collaborazione, tra gli altri, con il Fili (Finnish Literature Exchange), ente che sovvenziona gran parte delle traduzioni verso altre lingue, assicurando così buona visibilità internazionale a diversi autori, giovani o meno. Caffè Helsinki ha presentato la cultura finlandese nelle sue diverse manifestazioni e articolazioni: dalla cucina, all'editoria – a dare “Assaggi di Finlandia” sono giunti a Milano i fondatori della casa edi-

trice indipendente Siltala, interlocutore privilegiato di Iperborea –, alla letteratura, al cinema. Piatti ricchi, insomma, quelli serviti in diversi luoghi della città: dal Palazzo Reale dell'inaugurazione, alla libreria Gogol & Company, alla Sormani, allo Spazio Oberdan.

Territorio storicamente conteso fra Svezia e Russia, la Finlandia si potrebbe definire il passaggio a Nordest sulla mappa dell'immaginario europeo. Così, almeno, è sembrato nel dialogo che ha aperto la rassegna, tra Rosa Liksom (classe 1958) e Luciana Castellina, autrici in tempi recenti di due libri sulla Transiberiana, rispettivamente *Scompartimento N. 6* (uscito per i tipi di Iperborea nel 2014 e finalista al Premio Strega europeo) e *Siberiana* (Nottetempo, 2012). Se le due autrici hanno scelto di muoversi verso Oriente, altri hanno costruito lo spazio-tempo delle proprie narrazioni restando sulla linea di confine, soffermandosi sull'incontro fra due mondi il cui rapporto è cambiato decisamente dopo il crollo dell'Urss. È il caso, per esempio, di Sofi Oksanen (classe 1977), assente dal programma del festival ma ben presente sugli scaffali delle librerie, e autrice di tre romanzi di larga diffusione – *Le vacche di Stalin* (Guanda, 2012), *La purga* (Guanda, 2010) e *Quando i colombi scomparvero* (Feltrinelli, 2014) – ambientati dagli anni trenta a oggi, idealmente collegati fra loro. Se il primo ripercorre, in una scrittura originale giocata su salti temporali e alternanza di punti di vista, il vissuto della madre, estone fuggita in Finlandia negli anni settanta, gli altri due sono invece ambientati in Estonia, rispettivamente dopo il crollo dell'Urss e tra il 1940 e il 1960, e restituiscono eventi tragici di una pagina di storia forse meno conosciuta attraverso un punto di vista di genere: femminile il primo, maschile il secondo. La mappa dell'immaginario finlandese è insomma ben più estesa di quanto si pensi: e probabilmente ad alimentare la vena narrativa degli autori c'è una storia scritta e inscritta all'interno di confini mobili, popolati di volta in volta di personaggi delle più diverse provenienze.

A colpire, poi, della letteratura e del cinema finlandesi è la capacità di rappresentare una realtà sociale spesso tutt'altro che priva di contraddizioni e difficoltà attraverso l'umorismo. Ne hanno parlato, nell'ambito di Caffè Helsinki, due esponenti di questo filone, Kari Hotakainen e Tuomas Kyrö, insieme a Marco Rossari.

Si tratta di un umorismo utilizzato come modo di accesso a situazioni e contesti talvolta poveri, marginali, come quelli ritratti da colui che forse rimane il più grande narratore della Finlandia, il regista Aki Kaurismäki, del quale Caffè Helsinki ha presentato una retrospettiva. In *Colpi al cuore* (Iperborea 2006) Hotakainen immagina che le riprese del *Padrino* si svolgano a Helsinki e che vi prenda parte l'operaio disoccupato e cinefilo Raimo, in un incontro tra un contesto marginale (quello della Finlandia operaia, ai margini, per l'appunto, dell'Occidente) e una versione stereotipata della cultura egemone per eccellenza, che in un certo senso ripercorre all'inverso il viaggio negli Usa della strampalata band protagonista dell'esilarante *Leningrad Cowboys Go America* (1989) di Kaurismäki. Mentre è a Paasilinna che guarda l'ex fumettista Tuomas Kyrö, classe 1974, autore del divertentissimo *L'anno del coniglio*, omaggio parodico all'ormai "classico" del catalogo Iperborea, *L'anno della lepre* (1975). In un romanzo che riprende i moduli eroicomici della migliore tradizione settecentesca, per mezzo di un narratore dai grandi poteri affabulatori, Kyrö racconta le peripezie assolutamente contemporanee dell'immigrato rumeno Vatanescu, che per comperare un paio di scarpette da calcio al figlio inizia a lavorare come mendicante per un ex agente del KGB, per poi percorrere il vasto e poco popoloso territorio finlandese e finire strumentalizzato da una caricatura del leader del partito nazionalista.

Assaggi di assaggi, quelli presentati qui, di una letteratura e di un cinema che hanno saputo fare un enorme punto di forza di una posizione marginale – ma cruciale, soprattutto negli ultimi vent'anni, in seguito ai profondi mutamenti e riasseti intervenuti sul fronte orientale – sulla mappa della letteratura europea, dimostrando una capacità di coniugare estro immaginoso e analisi sociale come ormai avviene sempre più raramente nelle letterature occidentali.

TACCUINO BIBLIOTECARIO  
Una legge per far  
leggere  
di Stefano Parise

*I dati Nielsen sul calo della lettura in Italia hanno reso evidente la necessità di nuove normative e di una maggiore coordinazione tra la politica e gli attori della filiera del libro. Nonostante alcune iniziative parlamentari, però, i risultati finora sono stati scarsi. Non convincono del tutto nemmeno gli interventi proposti per incentivare la lettura nelle scuole: poco o nulla è stato annunciato per risolvere la grave situazione delle biblioteche scolastiche, sempre più abbandonate a se stesse. Emblematico il caso della Biblioteca Universitaria di Pisa.*

**I** dati sulla lettura e sul mercato dei libri in Italia diffusi in occasione del Salone del Libro di Torino 2014 fotografano una situazione di grande criticità. Secondo il *Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014* dell'Associazione italiana editori, il 2013 è stato caratterizzato da un ulteriore ridimensionamento del mercato (-4,7%), del numero di titoli pubblicati (-4,1%), delle copie vendute (-2,3%) e del numero di editori (-1%).

Una crisi che, fatta eccezione per i libri per bambini e ragazzi e per i libri digitali (questi ultimi in crescita esponenziale: +43% dei titoli pubblicati), non molla la presa, determinando la sovrapposizione, anno dopo anno, di risultati negativi che deprimono i fatturati delle imprese editoriali italiane. Come attestato dai dati diffusi da Nielsen, le vendite dal 2011 sono calate del 9,1% e i fatturati del 14,3%, mentre i dati dei primi nove mesi del 2014 non promettono inversioni di tendenza. Ma l'aspetto più preoccupante riguarda la riduzione drastica del perimetro dei lettori di libri di carta: gli italiani che leggono almeno un libro all'anno rappresentano soltanto il 43% della popolazione, una miseria a fronte delle percentuali registrate in altri Paesi europei, che in qualche caso sono addirittura doppie. La lettura cala in tutti i segmenti: tra

i giovani fra 6 e 14 anni (-7,4%), tra le donne (-4,7%), tra i forti lettori che leggono più di dodici libri all'anno (-10,3%). In controtendenza soltanto i lettori di e-book: sono 1,9 milioni (+18,9% sull'anno precedente) con una crescita del 72,7% rispetto al 2010.

Di fronte a una Caporetto di queste proporzioni bisognerebbe lanciare un allarme rosso e correre ai ripari, mobilitando le energie di tutti gli attori del mondo del libro, dando vita a interventi estesi, coordinati, continuativi, sorretti da un quadro di riferimento normativo e da finanziamenti adeguati a riportare questo tema al centro dell'attenzione collettiva. Non ci sarebbe da inventare nulla, visto che basterebbe ispirarsi a quanto già realizzato in Francia, Spagna, Germania, dove esistono leggi dedicate alla promozione della lettura e organismi pubblici che operano per promuovere politiche attive a sostegno della diffusione del libro, dove l'apertura di nuove biblioteche e il rinnovamento di quelle esistenti non ha mai conosciuto battute d'arresto.

Per la verità qualche avvisaglia di una maggiore sensibilità aveva iniziato a fare capolino anche nel nostro disastroso Paese. A gennaio 2013, per esempio, in occasione delle elezioni politiche, la cosiddetta "società civile" aveva provato a sollevare il tema. Gli estensori dell'appello *Ripartire dalla cultura* hanno inserito, fra i dieci impegni da richiedere ai candidati, l'avvio di «una strategia nazionale per la lettura che valorizzi il ruolo della produzione editoriale di qualità, della scuola, delle biblioteche, delle librerie indipendenti, sviluppando azioni specifiche per ridurre il divario fra nord e sud d'Italia». Anche i promotori della lettera aperta *e-leggiamo. Un voto per promuovere la lettura* (<http://legge-rete.net/e-leggiamo/>) si sono rivolti ai candidati per chiedere l'impegno ad approvare una legge caratterizzata da cinque punti qualificanti: inserire la lettura nei piani di offerta formativa di qualsiasi scuola, rafforzare il ruolo svolto dalle biblioteche per promuovere le abitudini e il piacere della lettura, istituire un riconoscimento specifico per le librerie di qualità, riconoscere la natura di prodotti culturali dei libri elettronici, dare vita a un piano nazionale per la lettura adeguatamente finanziato, da valutare e aggiornare annualmente.

La mobilitazione della filiera del libro – dagli autori ai let-

tori, dai bibliotecari agli insegnanti, dai librai agli editori – è un fatto inedito, che ha effettivamente determinato per un breve periodo maggiore attenzione da parte delle istituzioni in avvio della XVII legislatura.

L'allora ministro dei Beni e delle Attività Culturali, Massimo Bray (che aveva sottoscritto entrambi gli appelli), ha inserito – dopo decenni – nel decreto *Valore cultura* (d.l. 8 agosto 2013, n. 81, convertito con modificazioni dalla l. 7 ottobre 2013, n. 112) alcune disposizioni urgenti per favorire lo sviluppo delle biblioteche e degli archivi e per la promozione della lettura: esse riguardano la possibilità di organizzare letture all'interno di biblioteche, archivi e musei pubblici senza pagare balzelli alla SIAE; l'obbligo di deposito, entro sei mesi dalla pubblicazione, dei risultati della ricerca scientifica in archivi elettronici istituzionali che garantiscano l'accesso aperto, libero e gratuito; la modifica della Legge Levi in senso favorevole alle biblioteche.

Quasi contemporaneamente, in Parlamento sono state depositate varie proposte di legge riconducibili al nostro tema: quella presentata dall'onorevole Giancarlo Giordano (Sel) recante «Disposizioni per la diffusione del libro su qualsiasi supporto e per la promozione della lettura» (C. 1504, attualmente in discussione alla VII commissione permanente della Camera, relatrice l'onorevole Flavia Piccoli Nardelli), quella predisposta da Sandra Zampa (Pd) e tesa a definire «Norme per la promozione della lettura nell'infanzia e nell'adolescenza e istituzione della Giornata nazionale della promozione della lettura e della Settimana nazionale del libro nelle scuole» (C. 2267, parimenti all'esame della VII commissione permanente della Camera e destinata a essere inglobata nel provvedimento precedente), quella presentata dall'onorevole Andrea Martella (Pd) contenente «Disposizioni per la diffusione della lettura e il sostegno del sistema delle piccole librerie» (C. 859) e infine quella redatta dall'onorevole Marco Causi (Pd) relativa alla «detraibilità delle spese per acquisto di libri, per favorire l'esercizio della lettura, nonché modifica all'articolo 10 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, in materia di disciplina dell'imposta sul valore aggiunto per le prestazioni del servizio postale universale» (C. 2160).

Un fermento mai visto, avvalorato dalla decisione del ministro Bray di dare vita a un tavolo interistituzionale per la definizione di un *Piano nazionale di promozione della lettura* (d.m. 23 ottobre 2013). Tutto bene quindi? I politici italiani, generalmente distratti, si sono improvvisamente accorti che esiste una correlazione diretta tra lettura di libri e qualità della vita, che dove si leggono più libri si va più spesso al cinema o al teatro, si ascolta più musica, si frequentano di più i musei, la società è più coesa, sono maggiori la capacità di innovazione e la propensione alla crescita, è più forte la difesa della legalità, sono minori la corruzione, la criminalità e la discriminazione nei confronti delle donne?

Niente affatto. Il tavolo interistituzionale istituito da Bray non ha mai potuto prendere visione dello studio di fattibilità predisposto da un gruppo di esperti individuato dal ministro e a esso consegnato il 14 febbraio 2014, nel giorno in cui il premier Letta ha rassegnato dimissioni irrevocabili.

In questi casi tutto si ferma e, come al Monòpoli, si ripassa dal Via. Il nuovo ministro, l'onorevole Dario Franceschini, non ha ritenuto di dare corso allo studio di fattibilità predisposto per il suo predecessore. Ha però nominato Romano Montroni – libraio bolognese di lungo corso, inventore delle librerie Coop e scrittore – nuovo presidente del Centro per il libro e la lettura al posto di Gian Arturo Ferrari e gli ha dato nuove consegne: la lettura si promuove a scuola, il resto non conta (o, se conta, non riusciamo a occuparcene). L'intuizione, non peregrina, è che a scuola si intercetta il complesso della popolazione infantile e giovanile, quindi un programma ben orchestrato di interventi e attività potrebbe aggredire con successo lo zoccolo duro dei non lettori. Con quali risorse? Pochissime, perché il bilancio del Cepell è a secco. Con quali competenze? L'entusiasmo e la buona volontà dei lettori volontari, perché formare i docenti costa molto e sviluppare una rete di moderne biblioteche scolastiche anche di più. Con quali prospettive di continuità per i lettori al termine dell'età scolare? Non è dato sapere, malgrado l'Istat segnali da decenni che le fasce di lettori più forti coincidono con il periodo della frequenza scolastica e che il crollo avvenga dopo, attorno ai 19-20 anni per i maschi e poco più tardi per le donne. Ma tant'è. Il primo atto della

ditta Franceschini-Montroni è l'iniziativa *Libriamoci. Giornate di lettura nelle scuole* (29-31 ottobre 2014): «L'obiettivo» si legge sul sito del Cepell «è quello di far partecipare gli studenti in prima persona, avvicinandoli ai libri attraverso attività di lettura ad alta voce organizzate con gli insegnanti. Ma a condividere l'emozione di leggere in classe non saranno solo studenti e insegnanti: il programma potrà svilupparsi anche attraverso reading, maratone e incontri speciali che abbiano come protagonisti e "complici" autori famosi, amministratori locali, fondazioni e associazioni culturali».

In attesa di conoscere i risultati della prima edizione, segnaliamo che durante la conferenza stampa di presentazione dell'iniziativa (Bologna, 1° ottobre 2014) la parola "biblioteca" non è mai stata pronunciata, neanche per ricordare, *en passant*, che l'attività delle oltre 12.000 biblioteche italiane contribuisce in maniera sostanziale a far sì che la lettura non scompaia definitivamente dai radar dei cittadini italiani.

### *Biblioteche scolastiche, ovvero l'incompiuta italiana*

Il Manifesto redatto nel 2006 dall'Ifla (International Federation of Library Associations and Institutions, [www.ifla.org](http://www.ifla.org)) in collaborazione con l'Unesco afferma che «la biblioteca scolastica è essenziale in ogni strategia a lungo termine per l'alfabetizzazione, l'educazione, la fornitura di informazione e lo sviluppo economico, sociale e culturale».

Riconoscere che le biblioteche scolastiche siano parte qualificante del processo formativo significa dare per scontato che esse esistano in tutte le scuole, dispongano di strutture e di mezzi adeguati, siano fortemente integrate nell'attività degli istituti scolastici e gestite da personale in grado di proporle come risorsa per la didattica. È davvero così? Mentre il Cepell promuove la lettura a scuola ricorrendo ai lettori volontari, un'indagine realizzata dall'Ufficio studi dell'Associazione italiana editori su un campione pari a circa un quarto delle scuole italiane aiuta a gettare uno sguardo sulla realtà di questi istituti. Il quadro, come affermano gli estensori del rapporto di ricerca, è semplicemente desolante: se l'89,4% delle scuole primarie e secondarie italiane dichiara di possedere una biblioteca scolastica (con un picco del 95,9% per le

scuole secondarie superiori), le strutture risultano gravemente inadeguate e i patrimoni librari semplicemente inesistenti. In media, la superficie è di 57 mq, i posti disponibili sono 15 (circa la metà di una classe), i volumi presenti in ogni istituto 3.071 (pari allo 0,4% dei titoli in commercio) e il tasso di rinnovamento dell'offerta di lettura è attestato a un nuovo libro acquistato ogni dieci studenti. La spesa media della biblioteca scolastica per studente è di 1,56 euro l'anno, che scendono a 0,68 euro se si fa riferimento all'investimento (si fa per dire...) per l'acquisto di libri. Non meraviglia che, in questo stato, le biblioteche scolastiche non siano percepite come ambienti di apprendimento, di accesso e di educazione all'informazione, come strumento di innovazione metodologica e didattica, di inclusione sociale e prevenzione della dispersione scolastica, bensì, al contrario, considerate a tutti gli effetti servizi accessori. La biblioteca scolastica, in quanto biblioteca specializzata, avrebbe bisogno di professionalità specifiche che tuttavia sono assenti negli organici scolastici perché non previste dall'ordinamento della scuola italiana: la presenza di personale bibliotecario non supera infatti il 2,5% ed è riconducibile o all'impegno degli enti locali o alle leggi emanate nelle province e regioni a statuto autonomo. Le biblioteche scolastiche sono quindi mandate avanti da insegnanti e genitori che prestano tempo e lavoro a titolo volontario (24%) e da personale docente nelle ore a disposizione (51,3%).

Si tratta di una prateria di sconfinata desolazione, dove un intervento robusto da parte delle istituzioni potrebbe determinare un enorme salto di qualità. La strada tuttavia è in salita, per via delle ristrettezze economiche e delle vedute del legislatore. La proposta di legge presentata dall'onorevole Giordano di cui abbiamo parlato poc' anzi potrebbe rappresentare una svolta perché prevede, nella formulazione iniziale, che «Le scuole di ogni ordine e grado provvedono all'istituzione di biblioteche scolastiche [...] si organizzano in rete tra loro e, ove possibile, con le biblioteche del territorio al fine di realizzare azioni integrate o complementari. [...] A ciascuna scuola polo è preposto almeno un bibliotecario scolastico». Cercasi robusta copertura finanziaria e granitica volontà politica per far approvare un provvedimento che avrebbe l'effetto di una rivoluzione copernicana.

### *SOS Biblioteca universitaria di Pisa*

Il terremoto che nel maggio 2012 ha colpito l'Emilia Romagna, oltre a provocare gravi danni alle biblioteche di Finale Emilia, Mirandola, Medolla, Cavezzo, Guastalla, Reggiolo e molte altre, ha avuto un curioso effetto collaterale, poco noto ai più: la chiusura della Biblioteca universitaria di Pisa, che si trova a diverse centinaia di chilometri dall'epicentro del sisma.

Il fatto, più unico che raro, è certificato in una ordinanza, emanata dal sindaco della città toscana all'indomani del terremoto, che ha previsto la chiusura del vetusto istituto fondato nel 1742 e ospitato a partire dal 1823 nel palazzo quattrocentesco della Sapienza, concesso in proprietà all'Ateneo pisano, dove hanno sede anche la Facoltà di Giurisprudenza e alcune biblioteche specialistiche di argomento giuridico. La BUP (così viene chiamata la Biblioteca universitaria di Pisa), pur essendo a tutti gli effetti la biblioteca storica dell'ateneo pisano, fu assegnata al ministero per i Beni e le Attività Culturali ed è quindi a tutti gli effetti una delle 46 biblioteche pubbliche statali italiane, al pari della Braidense, della Marciana, della Vallicelliana, delle Nazionali di Napoli, di Roma e di Firenze.

La comunità degli studiosi e degli studenti pisani, riuniti attorno all'associazione Amici della BUP, all'indomani della chiusura ha levato la propria voce evidenziando l'incongruenza di un provvedimento che, in assenza di perizie tecniche che avvalorassero l'ipotesi del danno sopravvenuto a causa del terremoto, di fatto consegnava la sede della Sapienza nelle mani del Rettore, il quale non aveva mai fatto mistero di voler trasferire nel prestigioso e centrale edificio altre funzioni accademiche, con buona pace dell'integrità delle raccolte e della possibilità di accedervi. Fra i molti che si sono esposti a favore della biblioteca si segnalano Adriano Prospero, Salvatore Settis e Chiara Frugoni, che hanno pubblicamente rivendicato la necessità di una celere riapertura della biblioteca nella sua sede storica.

Anche in questo caso il ministro ha istituito una commissione (d.m. 3 febbraio 2014) con il compito di «Approfondire le problematiche connesse alla riapertura della Biblioteca», che ha proposto il trasferimento del fondo periodici presso il Museo di

San Matteo e la cessione da parte dell'Università di alcuni locali all'interno del palazzo della Sapienza, per consentire a essa una prospettiva di crescita; inoltre, considerando la contemporanea presenza della biblioteca della Facoltà di Giurisprudenza, si è ipotizzato di fare della Sapienza un polo pubblico per la ricerca, la lettura e le relazioni sociali aperto non solo al mondo accademico ma a tutta la città, come è nei compiti di una biblioteca pubblica.

Il progetto elaborato dalla commissione prevede la riapertura entro il primo semestre 2015, nella sede storica alleggerita di circa 30.000 volumi per dare respiro alle traballanti strutture dell'edificio. Non è chiaro se con la riorganizzazione degli spazi e delle raccolte sia prevista una riqualificazione della sede, che decenni di mancata manutenzione e due anni di chiusura hanno reso più simile a una diroccata e triste biblioteca di quartiere che a una grande e prestigiosa sede storica.

Nessuno tuttavia, in questi due anni, ha avanzato la proposta più ovvia: trarre conclusioni dal senso delle parole e proporre all'Università di Pisa di riprendersi ciò che è di sua pertinenza, ovvero la sua biblioteca storica. Universitaria di nome ma non *de iure*, potrebbe diventare il nucleo storico di un grande polo bibliotecario cittadino, gestito in collaborazione con il Comune e il Ministero. Sarebbe la dimostrazione che anche istituzioni differenti, di fronte a un grande progetto, sono in grado di mettere da parte convenienze e rivalità per unirsi sotto le insegne di un interesse superiore, quello dei cittadini che hanno il diritto di accedere al patrimonio librario delle loro biblioteche nella maniera più semplice, efficace e dignitosa.



## INDICE DEI NOMI E DEI TITOLI

- #unlibroèunlibro, 211, 212  
Action Aid, 161  
Adelphi, 146, 161  
Affaritaliani, 65  
AGASSI, A. 142  
    *Open* (Einaudi, 2011), 142  
Agenzia delle Entrate, 185  
AGLIARDI, N. 122  
AL BANO (pseud. di Albano Carrisi),  
    48  
ALDO GIOVANNI E GIACOMO, 57  
ALFANO, A. 49  
ALTAN, F.T. 64, 66, 67, 69  
AMATO, G. 65  
Amazon, 133, 137, 138, 139, 140,  
    141, 161, 168, 170, 171, 172,  
    173, 177, 178, 179, 195, 211,  
    213, 215, 216, 217, 219, 221,  
    222, 233, 234  
*Amico mio*, serie tv, 121  
AMORE, E.S. 178  
    *Touched* (Nord, 2013), 179  
ANDREOLI, S. 47  
ANDREOTTI, G. 64  
*Annozero*, programma tv, 51  
aNobii, 213  
APOLLINAIRE, G. 132  
    *Calligrammes*, 132  
Apple, 137, 138, 140, 141, 161, 170,  
    230, 233  
ARISA (pseud. di Rosalba Pippa), 55  
ARPINO, G. 90  
ARMSTRONG, N. 32  
ARTMANN, H.C. 132  
Associazione italiana editori (Aie),  
    145, 171, 176, 178, 180, 187,  
    188, 189, 190, 191, 192, 211,  
    212, 232, 240  
Associazione librai italiani (Ali), 218  
AUDOLY, B. 166  
AUGÉ, M. 118  
Author Earnings, 177  
Authors United, 216  
Autorità Garante della Concorrenza  
    e del Mercato (Agcm), 217, 218  
Autorità per le Garanzie nelle Co-  
    municazioni (Agcom), 184  
BABEUF, F.-N. 86  
Banca dati dei traduttori editoriali,  
    192  
Banca Mondiale, 164  
Bancarella, premio, 90, 173  
BALDAN BEMBO, D. 50  
*Ballarò*, programma tv, 44, 45, 47, 51  
BANDERAS, A. 49

- BARANES, A. 221  
 Barnes & Noble, 138, 141, 233  
 BASTIANICH, J. 49  
 BAUDO, P. 23  
 BAUDRILLARD, J. 129  
 BAYER, K. 132  
 BECHDEL A. 223  
     *Dykes. Lesbiche, lelle, invertite*  
     (Rizzoli Lizard, 2009), 223  
 BERGOGLIO, J.M. vedi FRANCESCO I  
 BERLINGUER, E. 22, 26, 67  
 BERLUSCONI, S. 41, 48, 51, 67, 70, 87  
 BERSANI, P.L. 48, 49, 51  
 BERTINOTTI, E. 68  
 BERTONI, A. 99  
 BEZOS, J. 141, 168, 216  
 BIANCIARDI, L. 22, 29  
     *La vita agra*, 22  
 BIARD, M. 85  
     *Parlez-vous sans culotte? Diction-*  
     *naire du Père Duchesne, 1790-*  
     *1794* (Talledier, 2009), 85  
 Biava, L. 171  
     *Prospettiva self publishing. Au-*  
     *tori, piattaforme e lettori nell'e-*  
     *ditoria 2.0* (con E. Molinari e G.  
     Peresson, Aie, 2013), 171  
 Biblioteca Nazionale Braidense, 242  
 Biblioteca Nazionale di Firenze, 242  
 Biblioteca Nazionale di Napoli, 242  
 Biblioteca Nazionale di Roma, 242  
 Biblioteca Nazionale Marciana, 242  
 Biblioteca Universitaria di Pisa, 236,  
     242  
 Biblioteca Vallicelliana, 242  
 Bibliothèque Nationale de France  
     (Bnf), 205  
 BIGELOW, K. 115, 116  
     *Strange Days*, film, 115, 116  
 BLAKE, W. 109, 112  
 BlogBabel, 152  
 Blog, 153  
 Bloomsbury, 192  
 Bnf, vedi Bibliothèque Nationale de  
     France  
 BOBBIO, N. 41  
 BOCCACCIO, G. 190  
 Boccaccio, premio, 90  
 BOHME, S. 177, 180  
 BOLTANSKI, C. 119  
     *Les abonnés du téléphone*, mo-  
     stra, 119  
 BONGIORNO, M. 29  
 Bonnier, 216  
 Book Riot, 148  
 BookCity, 153  
 BooksBlog, 153  
 BooksinItaly.it, 190  
 Bookstreams, 219  
 Borders, 138  
 BOSSI, U. 48  
 BOTTURA, L. 47  
 Bowker, 171, 180  
*Braccialetti rossi*, serie tv, 120, 121,  
     122, 123, 124, 126  
 BRAMATI, V. 173  
     *Tutta colpa della neve! (e anche*  
     *un po' di New York)* (Mondado-  
     ri, 2014), 173  
 BRAY, M. 238, 239  
 BRECHT, B. 41  
 BRIATORE, F. 49  
 British Library, 202  
 Broncoviz, 46  
 BRUNETTA, R. 48, 49  
 BRUNI, C. 55  
 Byrds (The), 111  
     *So you wanna be a rock'n'roll star*,  
     canzone, 111  
 BUCCHI, M. 66, 69  
 BUSI, A. 37  
 CABONI, C. 175  
     *Il sentiero dei profumi* (Garzanti,  
     2014), 175  
 Caffè Helsinki, 227, 228, 229

- Cairo, 47  
 CALVINO, I. 23, 133  
 CAMILLERI, A. 89, 190, 214  
 Campiello, premio, 90  
 CAMPIOTTI, G. 120, 121, 123  
 CAMUSSO, S. 49  
 CANCRINI, L. 97  
 CAPETO, L.C. 88  
 Carmilla on line, 152  
 CAROFIGLIO, G. 190  
 CARRÀ, R. 23  
 CASALEGGIO, G. 49  
 CASSINI, M. 217  
 CASTELLINA, L. 228  
     *Siberiana* (Nottetempo, 2012),  
     228  
 CAUSI, M. 238  
 CAVALLERO, R. 212, 219  
 Catalogna, 190  
 CECCACCI, L. 177  
 CELATI, G. 75  
 CÉLINE, L.-F. 75  
 Centro Italiano Alti Studi Universitari dell'Ateneo di Bari, 123  
 Centro per il libro e la lettura (Cepell), 142, 147, 191, 192, 218, 239, 240  
 CESANA, R. 156  
*Che Litti che Fazio*, dvd, 53  
*Che tempo che fa*, programma tv, 31, 32, 33, 35, 53  
 CHARKIN, R. 192  
 CHIARA, P. 90  
     *Il piatto piange* (Mondadori, 1962), 90  
     *La spartizione* (Mondadori, 1964), 91  
 Chiara, premio, 90  
 CILENTO, A. 73, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 82  
     *Lisario, o il piacere infinito delle donne* (Mondadori, 2014), 73, 78, 80  
     *Una lunga notte* (Guanda, 2002), 80  
 Cinquesensi editore, 90  
 CLARK, C. 87  
     *I sonnambuli. Come l'Europa arrivò alla grande guerra* (Laterza, 2013), 87  
 «Classici Ricciardi», Einaudi, 199  
 CLERICETTI, M. 47  
 Club de La Lettura, 153  
 COBAIN, K. 113  
 Comune di Milano, 192  
 CONLEY, D. 32  
 CONTE, A. 46  
 Contemporary Romance Italy, 175  
*Copy in Italy. Autori italiani nel mondo dal 1945 a oggi*, mostra, 189  
*Copy in Milan*, 192  
 CORDERO DI MONTEZEMOLO, L. 49  
 Cornell University, 164  
 «Corriere della Sera» (Il), 38, 39, 46, 58, 110, 118, 153  
 COSMI, S. 46  
 CRAXI, B. 65  
 CROCE, B. 41  
 CROELLA, M. 173, 178  
 CROVI, R. 89  
 CROZZA, M. 37, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51  
     *Crozza Italia*, programma tv, 46  
     *Crozza nel Paese delle Meraviglie*, programma tv, 44, 45, 46, 47  
 «Cuore», «L'Unità», 64, 68  
 CUCCHI, M. 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105  
     *La maschera ritratto* (Mondadori, 2011), 100, 103  
*Malaspina* (Mondadori, 2013), 99, 100, 101, 102, 104, 105  
 CUKIER, K.N. 161  
     *Big data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà*, (con

- V. Mayer-Schönberger, Garzanti, 2013), 161  
 CUMMINGS, E.E. 132
- D'ALEMA, M. 29, 65  
 D'AMICO, M. 97  
     *Sette di noi* (Bompiani, 2014), 97  
 D'ANNUNZIO, G. 113, 195, 198  
 D'AVENIA, A. 121  
     *Bianca come il latte rossa come il sangue* (Mondadori, 2010), 121  
 D'ORRICO, A. 22  
 DALLA, L. 111  
     *Com'è profondo il mare*, canzone, 111  
 DANIELE, A. 152  
 DANTE, 41, 82  
     *Monarchia*, 41  
     *Commedia*, 41  
 DAPPORTO, M. 121  
 DARWIN, C. 68  
 Datalogix, 214  
 DAUNT, J. 145  
 DE ANDRÉ, F. 107  
 DE GREGORI, F. 107, 110  
 DE PAOLIS, F. 95  
     *Ti ascolto* (Bompiani, 2011), 95  
 DE SADE, D.-A.-F. 74  
 DEGLI ESPOSTI, C. 122  
 DEL PIERO, A. 32  
 DEL RIO, G. 34  
 Del Vecchio Editore, 219  
 DERRIDA, J. 128, 132, 133  
     *Documentalità. Perché è necessario lasciare tracce* (Laterza, 2009), 132  
     *La scrittura e la differenza* (Einaudi, 1971), 128  
 DI GRADO, V. 97  
     *Settanta acrilico trenta lana* (e/o, 2011), 97  
*Di martedì*, programma tv, 44, 45  
 DI PIETRO, A. 51
- DICKENS, C. 76  
 DIDEROT, D. 76  
 DISEGNI, S. 47  
 Disney, 140  
*Doctor House*, serie tv, 120  
*Domenica in*, trasmissione tv, 28  
*Don Chisciotte*, 82  
 Doppiozero, 85, 152  
 DOSTOEVSKIJ, F. 95  
     *La mite*, 95  
 Doxa, 188, 189  
 DUBINI, P. 170, 171, 173, 176, 189  
     *Voltare pagina* (Pearson, 2013), 170  
 DULBECCO, R. 32
- e-leggiamo. Un voto per promuovere la lettura*, 237  
*E.R.*, serie tv, 120  
 Eataly, 157, 158  
 ECO, U. 29, 144, 145, 190  
 «Economist» (The), 58  
 Edizioni e/o, 192  
 Einaudi, 57, 73, 94, 146, 199, 216  
 ELIOT, G. 76  
 ELLEKAPPA (pseud. di Laura Pellegrini), 66, 68, 69  
 ELLENBERG, J. 214  
 EMIS KILLA (pseud. di Emiliano Rudolf Giambelli), 122  
 Emma Books, 178  
 ERASMO DA ROTTERDAM, 41  
 ERCOLANI, S. 118  
 ESPINOSA, A. 123  
     *Braccialetti rossi. Il mondo giallo* (Salani, 2014), 123  
 «Espresso» (l'), 18  
*Essere editori oggi* (:duepunti edizioni, 2013), 221  
 Essere librai oggi, 222  
 Europa Editions, 192  
 Europeana, 200  
 EVANGELISTI, V. 152

- Expo 2015, 192
- Fabbri, 52
- Facebook, 57, 122, 130, 131, 133, 153, 164, 173, 175, 213, 214, 220, 222
- Facebook Messenger, 130
- FACCHINETTI, F. 122
- FALLACI, O. 190
- Fanucci, 175
- FANZINI, C. 218
- FARINETTI, O. 157, 158
- FASANELLA, G. 171
- FAZIO, F. 31, 32, 33, 34, 35, 36, 53, 54, 112
- FELLINI, F. 23  
8 ½, film, 23
- Feltrinelli, 15, 97, 161, 211, 216, 217, 218, 228
- FELTRINELLI, G. 144
- Feltrinelli Express, 158
- Feltrinelli Red, 158, 159, 160
- Feltrinelli Village, 158
- FERRANTE, E. 192
- FERRARI, G. 239
- FERRARIS, M. 132
- FERRERO, M. 50
- FERRO, T. 122
- Festival di Cannes, 36, 223
- Festival di Sanremo, 24, 32, 55
- FEYNMAN, R. 165  
«*Sta scherzando, Mr Feynman!*» (Zanichelli, 1988), 166
- Fiera del libro di Francoforte, vedi Frankfurter Buchmesse
- Fiera del libro per ragazzi di Bologna, 192
- FingerBooks, 220
- Finnish Literature Exchange (Fili), 227
- Flickr, 169
- FLORIS, G. 44, 45, 47, 48
- FOFI, G. 227
- FOGAZZARO, A. 90
- FOGLIA, G. 216
- FOIS, C. 47
- Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, 145, 189, 190, 192
- Fondazione Cariplo, 192
- FORATTINI, G. 65, 66, 69
- FORD, S. 174  
*Spreadable Media*, (con J. Green e H. Jenkins, Apogeo, 2013), 174
- FORMIGONI, R. 46, 48
- Forrester Research, 176
- FOUCAULT, M. 86  
*Storia della follia nell'età classica* (Rizzoli, 1963), 86
- FRANCESCHINI, D. 239, 240
- FRANCESCO I, 50
- FRANCO, E. 216
- Frankfurter Buchmesse, 203, 211, 227
- FRANKLIN, B. 85
- FREYRIE, F. 47
- FRIEDMAN, A. 49
- FRUGONI, C. 242
- FRUTTERO, C. 109  
*L'idraulico non verrà* (con F. Lucentini), 109
- FUKSAS, M. 49
- GADDA, C.E. 103
- GALEOTTI, P. 31
- GAMBARO, E. 56
- GASPARRI, D. 178
- GASPARRI, M. 50, 184
- GATES, B. 54, 163
- GeMS, vedi Gruppo editoriale Mauri Spagnol
- GENNA, G. 214
- GEORGE, E. 212
- Germania, 190
- GHEDINI, N. 49
- GIACOBBO, R. 46, 49
- GIANNELLI, E. 66
- GIANNINI, M. 44

- Giap, 152  
 Giffoni Film Festival, 123  
 GIL, Y. 165  
 GINO E MICHELE, 54  
 GINZBURG, N. 22  
 GIORDANO, G. 238, 241  
 GIORDANO, P. 94, 95, 96,  
     *Il corpo umano* (Mondadori,  
     2012), 96  
     *Il nero e l'argento* (Einaudi,  
     2014), 94, 96  
     *La solitudine dei numeri primi*  
     (Mondadori, 2008), 96  
 GIPI (pseud. di Gianni Pacinotti),  
     106, 107, 108  
     *Appunti per una storia di guerra*  
     (Coconino Press, 2004), 107  
     *Esterno notte* (Coconino Press,  
     2003), 107  
     *LMVDM. La mia vita disegnata*  
     *male* (Coconino Press, 2008),  
     107  
     *S* (Coconino Press, 2006), 107  
     *unastoria* (Coconino Press,  
     2013), 107  
 GIUGLIANO, A. 47  
 GOLDONI, C. 85, 86  
 Goodreads, 213  
 Google, 133, 138, 141, 161, 162,  
     163, 182, 183, 184, 185, 205  
 Google Ireland Holding, 185  
 Google Ireland Ltd, 183, 184, 185  
 Google Italy S.r.l., 183, 184, 185  
 Google Play Books, 196  
 Gogol & Company, libreria, 228  
 GORBAČEV, M. 32  
 GRAMELLINI, M. 32, 35  
 GRAMSCI, A. 28  
*Grande fratello*, format tv, 27  
 Grandi&Associati, 178  
 GRANIERI, G. 170  
 GRASSO, A. 46, 110, 118, 119  
 GRATTAROLA, V. 47  
 GREEN, JOHN, 121  
     *Colpa delle stelle* (Rizzoli, 2014),  
     121  
 GREEN, JOSHUA, 174  
     *Spreadable Media*, (con S. Ford e  
     H. Jenkins, Apogeo, 2013), 174  
 Greta, 122  
 GRILLO, B. 49, 87, 152  
 Grinzane Cavour, premio, 90  
 GRISHAM, J. 156  
 GROENING, M. 29  
 GRUBER, L. 44  
 GRUNBERG, A. 97  
     *Il libero mercato dell'amore* (Fel-  
     trinelli, 2014), 97  
 Gruppo di Vienna, 132  
 Gruppo Editoriale L'Espresso, 220  
 Gruppo editoriale Mauri Spagnol  
     (GeMS), 211, 212, 218  
 Guanda, 146, 228  
 «Guardian» (The), 163  
 GUTENBERG, J. 168  
  
 Hachette, 140, 211, 215, 216, 233,  
     234  
 Harlequin, 176  
 Harmony, 175  
 HÉBERT, J.-R. 85  
 HERBERT, G. 132  
 HERDER, J.G. 41  
 HITCHCOCK, A. 66  
 Homer Simpson, personaggio, 29  
 HOTAKAINEN, K. 228, 229  
     *Colpi al cuore* (Iperborea, 2006),  
     229  
 HOWEY, H. 177  
  
*I ragazzi della via Pál*, 121  
 IACOBONI, J. 51  
 Ibs, 219, 235  
 IBSEN, H. 41  
 IfBookThen 2014, 168  
*Il Padrino*, film, 49, 229

- ilmiolibro.it, 171, 220  
 ILLOUZ, E. 95  
 Indice Hawking, 214  
 INGROIA, A. 49  
 Inps, 63  
 Instagram, 122  
 International Federation of Library Associations and Istitutions (Ifla), 240  
 International Publishers Association (IPA), 192  
 International Society for the Empirical Study of Literature and Media (Igel), 212  
 iPad, 111, 144, 233  
 Iperborea, 227, 228, 229  
 Isbn, agenzia, 171  
 Istat, 171, 231, 232  
 Istituto del libro di Cracovia, 192  
 Istituto nazionale per il commercio estero, 191  
*Italialand*, programma tv, 47  
 «Italians», 58, 59  
 JAMES, E.L. 169  
     *Cinquanta sfumature di grigio* (Mondadori, 2012), 169  
     *Cinquanta sfumature di nero* (Mondadori, 2012), 169  
     *Cinquanta sfumature di rosso* (Mondadori, 2012), 169  
 JENKINS, H. 37, 174  
     *Spreadable Media*, (con S. Ford e J. Green, Apogeo, 2013), 174  
 JOHNSON, K. 163  
 Joy Division, 113  
 KANT, I. 41  
 KAUFMAN, L. 213  
 KAURISMÄKI, A. 229  
     *Leningrad Cowboys Go America*, film, 229  
 KAWASAKI, G. 170  
 KECHICHE, A. 223, 226  
     *La vita di Adele*, film, 223  
 KELLER, G. 103  
 Kindle, 139, 195, 196, 212, 214, 233  
 Kindle Content, 172  
 Kindle Direct Publishig (KDP), 168  
 Kindle Fire, 233  
 Kindle Scout, 180  
 Kindle Unlimited, 211, 219  
 KIRCHHOFF, G.R. 166  
 KLEINFELTER, B. 213  
 Kobo, 175, 196  
 Kobo Writing Life, 171, 175  
 KRAMER, A. 164  
 KUNDERA, M. 23, 25  
     *L'insostenibile leggerezza dell'essere* (Adelphi, 1985), 25  
 KYRÖ, T. 228, 229  
     *L'anno del coniglio*, film, 229  
 La7, 36, 44, 45, 46, 47, 51  
 LaFeltrinelli libri e musica, 158  
 LANDINI, M. 49  
 Laterza, 219  
 LATERZA, G. 216, 217  
 Lea, 219  
 Legge Gasparri, 184  
 Legge Levi, 238  
*Lei*, film, 144  
 LENTINI, S. 122  
 Leopolda, 152  
 LETTA, E. 239  
 «Letteratura italiana. Storia e testi», Ricciardi, 199  
 Librerie.Coop, 144, 157, 158, 160  
*Libriamoci. Giornate di lettura nelle scuole*, 240  
 librimondadori.it, 198  
 LIKSOM, R. 228  
     *Scopartimento N.6* (Iperborea, 2014), 228  
 «Linus», 64, 67

- Lipperatura, 153
- LITTIZZETTO, L. 35, 37, 52, 54, 55, 57  
*Col cavolo* (Mondadori, 2014), 55, 56  
*I dolori del giovane Walter* (Mondadori, 2010), 54  
*L'educazione delle fanciulle* (con F. Valeri, Einaudi, 2011), 57  
*La Jolanda furiosa* (Mondadori, 2008), 54, 57  
*La principessa sul pisello* (Mondadori, 2002), 55  
*Madama Smetterfly* (Mondadori, 2012), 55, 57  
*Rivergination* (Mondadori, 2006), 53, 56  
*Sola come un gambo di sedano* (Mondadori, 2001), 53  
*Ti amo bastardo!* (Zelig Editore, 1998), 54
- LOREN, S. 23
- LORENZIN, B. 34
- LORENZO, L.C. 179  
*Il cappotto della macellaia* (Narcissus, 2012), 179
- LOWRY, M. 103  
*Sotto il vulcano* (Feltrinelli, 1961), 103
- LUCARELLI, L. 190
- LUCENTINI, F. 109  
*L'idraulico non verrà* (con F. Lucentini), 109
- LUIGI XVI, 84
- Lulu, 171
- LUTHER BLISSETT, vedi Wu Ming
- LYNCH, D. 74  
*Elephant Man*, film, 74
- MACALUSO, M. 68
- MACDONALD, K. 117  
*Un giorno a settembre*, documentario, 117
- Macmillan, 140, 213
- Maggio dei libri (II), 147
- MAGO SILVAN (pseud. di Aldo Savoldello), 32
- MAGRIS, C. 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 190  
*Danubio* (Garzanti, 1987), 28, 39  
*Dietro le parole* (Garzanti, 1978), 40  
*L'anello di Clarisse. Grande stile e nichilismo nella letteratura moderna* (Einaudi, 1984), 38, 42  
*La letteratura è la mia vendetta* (con M. Vargas Llosa, Mondadori, 2012), 38  
*La storia non è finita: etica, politica, laicità* (Garzanti, 2006), 40  
*Letteratura e ideologia* (con Gao Xingjian, Bompiani, 2012), 38  
*Livelli di guardia* (Garzanti, 2011), 39, 40, 41  
*Microcosmi* (Garzanti, 1996), 39  
*Utopia e disincanto* (CDE, 1999), 43
- Mai dire gol*, programma tv, 46
- «Male» (II), rivista, 64
- MALLARMÉ, S. 132
- MALET, J.B. 221  
*"En Amazonie". Un infiltrato nel migliore dei mondi* (Kogoi Edizioni, 2014), 221
- MANCINI, R. 32
- MANGEN, A. 212
- MANOVICH, L. 131  
*Software culture* (Edizioni Olivares, 2010), 131
- MANZONI, A. 41, 190
- MARAT, J.-P. 85
- MARCHESA COLOMBI (pseud. di Maria Antonietta Torriani), 52  
*La gente perbene* (1887), 52
- MARCHESINI, A. 32
- MARCHIONNE, S. 49, 50
- MARI, M. 73, 74, 76, 77, 78, 79

- Roderick Duddle* (Einaudi, 2014), 73, 74, 77
- MARKHAM, H. 166
- MAROH, J. 223, 224, 225, 226  
*Il blu è un colore caldo* (Rizzoli Lizard, 2010), 223
- MARONI, R. 48
- MARRONE, E. 122
- MARTELLA, A. 238
- MARZULLO, G. 49
- Masterchef*, programma tv, 49
- MatchBook, 211, 219
- Mauta, 153
- MAZZANTINI, M. 95, 190  
*Nessuno si salva da solo* (Mondadori, 2011), 95
- MAYER-SCHÖNBERGER, V. 161  
*Big data. Una rivoluzione che trasformerà il nostro modo di vivere e già minaccia la nostra libertà*, (con K.N. Cukier, Garzanti, 2013), 161
- MCQUIVEY, J. 176
- Médecins sans frontières, 163
- Media Library On Line, 197
- Mediaset, 70
- «Medusa», Mondadori, 146
- «Meridiani» (I), Mondadori, 144, 198
- MESMER, F. 85, 87
- Messengerie Italiane, 217, 218
- Messengerie Libri, 218
- «Messaggero Veneto» (II), 38
- Mestiere di Scrivere (II), 153
- MEYER, S. 170  
*Twilight* (Fazi, 2006), 169
- minima & moralia, 151, 152
- minimum fax, 151, 217
- Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (Maeci), 190, 192
- Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (Mibact), 192, 242
- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (Miur), 147
- MIRZOEFF, N. 129  
*Introduzione alla cultura visuale* (Meltemi, 2005), 129
- MOFIDI, C. 175
- MOLINARI, E. 171  
*Prospettiva self publishing. Autori, piattaforme e lettori nell'editoria 2.0* (con L. Biava e G. Peresson, Aie, 2013), 171
- Mondadori, 53, 73, 99, 144, 146, 170, 173, 175, 195, 198, 213, 218
- Montalbano*, serie tv, 122
- MONTALE, E. 107
- MONTICELLI, R.C.F. 175
- MONTRONI, R. 142, 218, 239, 240
- MOORE, M. 32
- MORETTI, D. 224
- MORETTI, N. 29  
*Aprile*, film, 29
- MORIN, E. 28, 29  
*Lo spirito del tempo* (Meltemi, 2002), 28
- MORO, A. 23, 68
- MORO, T. 41
- Movimento 5 Stelle, 51
- MOZART, W.A. 48
- Mr Sbatticuore* (Mondadori, 2014), 170
- MUNRO, A. 142  
*Danza delle ombre felici* (Einaudi, 2013), 142
- MUSSOLINI, B. 65
- MUSOROSKIJ, M.P. 76
- NAPOLITANO, G. 34, 48
- Narcissus, 171, 173, 178
- NARIA, G. 68
- NASH, R. 168
- Natale a Miami*, film, 28
- National Security Agency, 164

- Nature Publishing Group, 166  
 Nazione Indiana, 153  
 Nazioni Unite, 163  
 Netflix, 219  
 NEUKIRCH, S. 166  
 «New York Times» (The), 58, 177, 213, 216  
 Next Big Book, 211, 213  
 Nielsen, agenzia, 177, 180, 230, 233, 236  
 NIELSEN, L. 32  
 NIETZSCHE, F. 41, 112  
 Nobel, premio, 32, 110, 142  
 Nottetempo, 97, 219, 228
- OBAMA, B. 48  
 OKSANEN, S. 228  
     *La purga* (Guanda, 2010), 228  
     *Le vacche di Stalin* (Guanda, 2013), 228  
     *Quando i colombi scomparvero* (Feltrinelli, 2014), 228  
*Orlando Furioso*, 82  
 Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (Ocse), 185, 186
- ORTESE, A.M. 82  
 ORWELL, G. 216  
 «Oscar», Mondadori, 144  
 Oscar, premio, 32, 117  
 Osservatorio degli Editori Indipendenti (Odei), 217  
*Otto e mezzo*, programma tv, 44
- PAASILINNA, A. 227, 229  
     *L'anno della lepre* (Iperborea, 1994), 229  
 PAC (Padiglione d'Arte Contemporanea), 119  
 Paesi Bassi, 190  
 Palomar, 122  
 PARISE, G. 90  
 PARMITANO, L. 118
- PARODI, B. 52  
 PARODI, C. 52  
     *Sei perfetta e non lo sai* (Rizzoli, 2014), 52  
 PAUSINI, L. 122  
 PAVAROTTI, L. 32  
 PAVESE, C. 190  
 Pci (Partito Comunista Italiano), 67  
 Pd (Partito democratico), 238  
 Pde, 218  
 PELLEGRINI, E. 39  
 PELLICANÒ, D. 158, 160  
 PERESSON, G. 171, 176, 192  
     *Prospettiva self publishing. Autori, piattaforme e lettori nell'editoria 2.0* (con L. Biav e E. Molinari, Aie, 2013), 171  
 PETRARCA, F. 190  
 PETROLINI, E. 109, 114  
     *Salamini*, canzone, 113  
 PICCOLO, F. 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31  
     *Allegro occidentale* (Einaudi, 2003), 23  
     *E se c'ero, dormivo* (Feltrinelli, 1998), 23, 24, 25, 26  
     *Il desiderio di essere come tutti* (Einaudi, 2013), 22, 23  
     *Il tempo imperfetto* (Feltrinelli, 2000), 22  
     *L'Italia spensierata* (Laterza, 2007), 23, 26, 28  
     *La separazione del maschio* (Einaudi, 2008), 23  
     *Momenti di trascurabile felicità* (Einaudi, 2010), 23, 27  
     *Storie di primogeniti e figli unici* (Feltrinelli, 1996), 22, 24  
 PIERSANTI, C. 95  
     *I giorni nudi* (Feltrinelli, 2010), 95  
 PIKETTY, T. 161, 163, 215  
     *Il capitale nel XXI secolo* (Feltrinelli, 2014), 161, 215

- Pink Floyd, 48  
 PINO ZAC (pseud. di Giuseppe Zaccaria), 64  
 PIRANDELLO, L. 190  
 PISAPIA, G. 49  
 PISCICELLI, P.L. 125  
 POLI, G. 172, 178  
 POLILLO, M. 187, 211, 212  
*Polseres vermelles*, serie tv, 122  
 POUND, E. 131  
 Popolo della Libertà (PdL), 46  
 POSANI, M. 31  
 PREMOLI, A. 173, 175  
     *Ti prego, lasciati odiare* (Newton-Compton, 2013), 173  
 PRETOLANI, F. 220  
 PRODI, R. 65  
 «Proceedings of the National Academy of Sciences», 164  
 PROSPERI, A. 242  
 PUYSEGUR, A.J. 85
- QUAMMEN, D. 161, 162  
     *Spillover* (Adelphi, 2014), 161, 163  
     *Quelli che il calcio*, programma tv, 31, 33, 46  
     *Quello che (non) ho*, programma tv, 36
- RABELAIS, F. 160  
 RAHNER, K. 41  
 Rai Cinema, 116, 117  
 Rai1, 120, 121, 126, 127  
 Rai3, 31, 36, 44, 47, 53, 116, 118  
 RAIMONDI, E. 147  
 RAMPINI, F. 161  
     *Rete padrona. Amazon, Apple Google & co. Il volto oscuro della rivoluzione digitale* (Feltrinelli, 2014), 161, 164  
 RANIERI, M. 159, 160  
*Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia 2014* (Aie, 2014), 176, 187, 188, 211, 236
- RATZINGER, J. 41  
 RAZZI, A. 46, 48, 50  
 Rcs, 52, 116, 217  
 Regione Emilia Romagna, 159  
 Regione Lombardia, 192  
 Regione Piemonte, 159  
 RENZI, M. 33, 48  
 RESTIVO, L. 47  
 REZZANI, A. 161  
     *Big data. Architettura, tecnologie e metodi per l'utilizzo di grandi basi di dati* (Apogeo, 2013), 161  
 riLeggo, 219  
 ROBECCHI, A. 47  
 ROHRWACHER, A. 36  
     *Le meraviglie*, film, 36  
 Romanticamente fantasy, 175  
 ROMEO, M.P. 178  
 RONCAGLIA, G. 180  
 ROSE, F. 169  
 ROSSARI, M. 228  
 ROSSI, V. 49, 112, 113, 122  
     *Dannate nuvole*, canzone, 112  
 RUINI, C. 54  
 RUFFINO, A. 122  
 RÜHM, G. 132  
 RUSSO, C. 55
- SABA, U. 22  
 SABATO, E. 40  
 SACCHI, A. 46  
 SAEZ, E. 163  
 Salone del libro di Torino 2014, 236  
 SALVATORES, G. 116, 117  
     *Italy in a Day*, documentario, 115, 116, 117, 118  
 SALVINI, M. 48  
 Samsung, 138, 141  
 «Satyricon», «La Repubblica», 64  
 SAVIANO, R. 36, 45, 190  
 SCOGLIO, F. 46

- SCOLA, A. 41  
*Sconosciuti*, format tv, 115, 116, 118, 119
- SCOTT, R. 117
- Scuola librai italiani, 145
- Scuola per librai Umberto e Elisabetta Mauri, 145
- SCURATI, A. 94, 95  
*Il padre infedele* (Bompiani, 2013), 94, 95
- SEGRE, C. 129  
*Pittura, linguaggio e tempo* (MUPPE, 2006), 129
- Sellerio, 146
- SENESI, V. 64, 66
- SERRA, M. 15, 16, 17, 18, 20, 31, 37, 48  
*Breviario comico* (Feltrinelli, 2006), 18  
*Canzoni politiche* (Feltrinelli, 2002), 15  
*Cerimonie* (Feltrinelli, 2012), 15  
*Gli sdraiati* (Feltrinelli, 2013), 15, 16, 17, 18, 19  
*Il nuovo che avanza* (Feltrinelli, 1989), 15  
*Il ragazzo mucca* (Feltrinelli, 1997), 15  
*Poetastro* (Feltrinelli, 1993), 15
- SETTIS, S. 242
- SEVERGNINI, B. 58, 59, 60, 61, 62, 63  
*Italiani di domani. Otto porte sul futuro* (Rizzoli, 2012), 60, 63  
*La vita è un viaggio* (Rizzoli, 2014), 60, 63  
*Manuale dell'uomo sociale*, in *Manuale dell'uomo normale* (BUR2008), 60, 62  
*Un italiano in America* (Rizzoli, 1997), 59, 60, 61, 63
- Sex and the City*, serie tv, 54
- Sfide*, format tv, 118
- SGARBI, V. 37
- SHAKESPEARE, W. 82
- Siae, 238
- SIGNORIS, C. 46
- Siltala, 228
- Simplicissimus Book Farm, 173
- Sinistra Ecologia Libertà (Sel), 238
- Sistema Arrow, 202, 207
- Sistema integrato della comunicazione (Sic), 184
- SITI, W. 142  
*Resistere non serve a niente* (Rizzoli, 2012), 142
- Slow Food, 159
- SNOWDEN, E. 164
- SOFOCLE, 41  
*Antigone*, 41
- SOLDATI, M. 90
- Songify, 109
- Sony, 141, 196
- Sofia, 205, 207
- SOTIS, L. 52
- SOTTILI, E. 97  
*Il futuro è nella plastica* (Notte-tempo, 2010), 97
- Spotify, 219
- STAINO, S. 66, 67, 68, 69
- «Stampa» (La), 32, 51, 53
- STENDHAL (pseud. di Henri Beyle), 96
- STERNE, L. 74
- STEVENSON, R.L. 73, 76  
*Lisola del tesoro*, 76
- Stoner* (Fazi, 2012), 142
- storiebrevi.it, 220
- Strega, premio, 22, 90, 107, 142, 189, 228
- Sundance Film Festival, 117
- SURDICH, L. 107
- TADDIA, F. 47
- «Tango», «L'Unità», 64, 68
- TARTT, D. 215, 233  
*Il cardellino* (Rizzoli, 2014), 215

- Teads.tv Labs, 151, 152  
 TEOCOLI, T. 32  
 TERRACINI, B. 130  
     *Conflitti di lingue e cultura* (Neri Pozza, 1957), 130  
 THACKERAY, W. 76  
 THÖNI, G. 32  
 TIOZZO, E. 110  
*Tirature '13* (Fondazione Mondadori/il Saggiatore, 2013), 224  
 TOLSTOJ, L.N. 41, 96  
 «Torino-Sette», «La Stampa», 53  
 TRAVAGLIO, M. 37, 152  
 Tribunale amministrativo (Tar), 184  
 Tropico del Libro, 218, 221  
*Tu donna* (Fabbri Editori, 1969), 52  
 TURCHETTA, M. 217  
*Twilight – Breaking Dawn*, film, 179  
 Twitter, 48, 122, 130, 131, 163, 169
- Ufficio Studi Aie, 188, 189  
*Un medico in famiglia*, serie tv, 120  
 Unesco, 240  
 Università degli Studi di Milano, 145, 190  
 Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, 159  
 Università del Wisconsin, 214  
 Università di Bologna, 145  
 Università di Losanna, 166  
 Università di Pisa, 243  
 «Unità» (L'), 22, 67, 68  
 Utopia, libreria, 157
- VALERI, F. 57  
     *L'educazione delle fanciulle* (con L. Littizzetto, Einaudi, 2011), 57  
 VARGAS LLOSA, M. 38  
 VASSALLI, S. 190  
*La letteratura è la mia vendetta* (con C. Magris, Mondadori, 2012), 38  
 VAURO, vedi Senesi, V.  
 VECCHIONI, R. 110  
     *Samarconda*, canzone, 110  
     *Luci a San Siro*, canzone, 110
- VELAY, J.L. 212  
 VELTRONI, W. 49  
 VENDOLA, N. 49  
 VERGA, G. 75  
*Verità sul caso Harry Quebert (La)* (Bompiani, 2013), 142  
 Viber, 130  
*Vieni via con me*, programma tv, 36  
 VITALI, A. 89, 90, 91, 92, 93  
     *Biglietto, signorina* (Garzanti, 2014), 90, 91  
     *Di Ilde ce n'è una sola* (Garzanti, 2013), 91  
     *Dopo lunga e penosa malattia* (Garzanti, 2008), 91  
     *Galeotto fu il collier* (Garzanti, 2012), 92  
     *L'aria del lago* (Aragno, 2001), 90  
     *La figlia del Podestà* (Garzanti, 2005), 92  
     *La leggenda del morto contento* (Garzanti, 2011), 91  
     *La mamma del sole* (Garzanti, 2010), 92  
     *La modista: un romanzo con guardia e ladri* (Garzanti, 2008), 91  
     *La signorina Tecla Manzi* (Garzanti, 2004), 91, 92  
     *Le tre minestre* (Mondadori, 2013), 91  
     *Olive comprese* (Garzanti, 2006), 92  
     *Premiata ditta sorelle Ficcadenti* (Rizzoli, 2014), 90, 91  
     *Quattro sberle benedette* (Garzanti, 2014), 90, 92  
     *Un bel sogno d'amore* (Garzanti, 2013), 91  
     *Una finestra vistolago* (Garzanti, 2003), 92  
     *Zia Antonia sapeva di menta*

- (Garzanti, 2011), 91  
 VITALI, G. 90  
 VOLO, F. 146, 189  
 VOLONTÉ, G.M. 46  
*Voyager*, programma tv, 46  
 VULPIANI, A. 161  
     *Caso, probabilità e complessità*  
     (Ediesse, 2014), 161
- «Wall Street Journal» (The), 214  
 Walmart, 141  
 «Washington Post» (The), 141  
 Waterstones, 145  
 Wattpad, 170, 220  
 WEBER, M. 41  
 WhatsApp, 130, 131  
 WeChat, 130  
 Wellcome Trust, 202, 207  
 WILLIAMS, E. 169  
 Wikipedia, 213  
 Wired.it, 175  
 WITTGENSTEIN, L. 40  
 WriteOn, 180  
 WU MING, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 84,  
     85, 86, 87, 152  
     54 (Einaudi, 2002), 85  
     *Altai* (Einaudi, 2009), 85  
     *L'armata dei sonnambuli* (Einau-  
     di, 2014), 73, 75, 79, 84, 86, 88
- Manituana* (Einaudi, 2007), 85  
*Q* (1999), 85  
 Wu Ming Foundation, 85
- X Factor*, programma tv, 27  
 XINGJIAN, G. 38  
     *Letteratura e ideologia* (con C.  
     Magris, Bompiani, 2012), 38
- YAMAJI, E. 223  
     *Free Soul* (Kappa Edizioni,  
     2006), 223  
     *Indigo Blue* (Kappa Edizioni,  
     2007), 223  
     *Love my Life* (Kappe Edizioni,  
     2005), 223
- Youcanprint, 171  
 YouReporter, 115, 116  
 YouTube, 45, 117, 169173, 184
- ZALONE, A. 47, 50  
 ZAMPA, S. 238  
 Zandonai editore, 219  
 ZARATHUSTRA, 114  
 ZICHICHI, A. 49  
 ZIROTTI, M. 222  
 ZOJA, L. 95, 97  
 ZUCMAN, G. 163



