

LIBRI E RIVISTE D'ITALIA

Bimestrale di cultura editoriale e promozione della lettura



A cura dell'Istituto per il libro

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI
DIREZIONE GENERALE PER I BENI LIBRARI E GLI ISTITUTI CULTURALI

ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO

5/2007

Anno III n.s., novembre-dicembre

LIBRI E RIVISTE D'ITALIA

Bimestrale di cultura editoriale
e promozione della lettura

DIRETTORE RESPONSABILE
Luciano Scala

VICEDIRETTORE
Vitaliana Vitale

DIRETTORE EDITORIALE
Giuliano Vignini

REDATTORE CAPO
Lorenzo Ermini

REDAZIONE:
Anna Maria Bove
Umberto Brancia (vice redattore capo)
Umberto D'Angelo
Sandro Dell'Orco
Rosario Garra (coordinamento)
Anna Mattei
Pierfrancescopaolo Sammartino

SEGRETERIA
Maria Carla Fabriani

REDAZIONE
Via dell'Umiltà, 33 - 00187 Roma
Tel. 06/69654234 - 06/69654210
E-mail: ermini@librari.beniculturali.It
brancia@librari.beniculturali.It

AMMINISTRAZIONE
Istituto Poligrafico
e Zecca dello Stato S.p.A.,
Piazza Verdi, 10 - 00198 Roma
Iscritto al n. 481/90
del registro della stampa
presso il Tribunale di Roma

Poste Italiane S.p.A.
Spedizione in abbonamento postale 70%
DCB Roma

sommario

EDITORIALE 3

Piccoli passi verso una strategia di sviluppo 3

FOCUS 5

- *Il mercato del libro e la piccola editoria*
di Giuliano Vignini 5
- *Forum sulla piccola editoria* 9
- *Lettura sì, lettura no. A proposito*
di insegnanti sul banco degli imputati
di Anna Mattei 23
- *L'informazione libraria dall'osservatorio*
di un addetto stampa.
Sei domande a Laura Lisci (Zanichelli) 31
- *La "fragranza" del diritto d'autore.*
In margine al tema della creatività
e della sua tutela
di Antonio Parente 35

DOCUMENTI 41

- *Istat: la produzione libraria nel 2006* 41
- *Profilo dei lettori e degli acquirenti di libri.*
Indagine Ipsos-Mondadori 2007 47
- *L'utilizzo della stampa digitale*
nell'editoria italiana. Sintesi dell'indagine
Aie - Asso.it - Xplor
A cura di Cristina Mussinelli e
Giovanni Peresson 56

FATTI E NOTIZIE 65

- *L'Italia alla Fiera di Francoforte* 65
- *La "razza": un mito pericoloso* 65
- *Il 78° Congresso della Dante Alighieri* 66
- *La fantasia aiuta a capire* 67
- *Le responsabilità del giornalismo* 67
- *Libri e fiabe in valigia* 68

- *Italiano, una lingua da promuovere* 69
- *Scrittura collettiva e territorio* 70
- *I mille volti della parola* 71

I LIBRI

73

Hanno collaborato a questo numero: Pier Giorgio Badaloni, Umberto Brancia, Giorgio Colombo, Daniele D'Alterio, Fiorella De Simone, Lorenzo Ermini, Rosario Garra, Antonio Lasco, Laura Lisci, Anna Mattei, Francesca Moglia, Cristina Mussinelli, Elisabetta Pagani, Antonio Parente, Giovanni Peresson, Andrea Sabatini, Pierfrancescopaolo Sammartino.

La versione on line della rivista è disponibile sul sito internet www.ilpianetalibro.it

PICCOLI PASSI VERSO UNA STRATEGIA DI SVILUPPO

In un'economia a fragilità variabile, dominata da oligopoli in regime di concorrenza, tutto ciò che è "piccolo" – che sia una casa editrice, una libreria o una qualunque altra attività commerciale – fa fatica ad esprimersi, a difendere i propri spazi, ad entrare in una logica di sviluppo. Nel tempo delle rigidità (nonostante le apparenze) e delle omologazioni, un deciso passo in avanti può essere consentito soltanto là dove sussista una dose individuale di coraggio e pazienza, creatività progettuale, lucidità nel capire i cambiamenti e flessibilità nel tradurli efficacemente in atto con strumenti e modalità adeguate.

Ma a volte neppure questo basta, perché il lavoro editoriale – visto nei suoi vari aspetti di scoperta e innovazione, produzione e tecnologia, gestione tecnico-amministrativa, promozione e distribuzione, ma collocato anche nello specifico contesto italiano di istruzione, fruizione culturale e specificamente di lettura – deve fare i conti con tanti ostacoli e arretratezze che, per un piccolo editore, spesso è difficile resistere e avere voce.

Nelle risposte al questionario che – in concomitanza con la Fiera di Roma, "Più libri, più liberi" – abbiamo inviato ad alcuni piccoli editori (anche molto affermati), sembra di cogliere tutta la fatica del fare oggi l'editore. Certo, c'è resistenza, tenacia, volontà di guardare sempre avanti, perché si crede in quello che si fa: ma se il pubblico si restringe, se le biblioteche acquistano sempre meno, se gli abbonamenti alle riviste, non solo culturali, calano paurosamente, quali strade nuove percorrere?

Ecco allora l'importanza di elaborare presto insieme una strategia organica, che sappia progettare a lungo termine una politica concreta per lo sviluppo: dei lettori, delle professioni del libro e di tutta quanta la cultura.

IL MERCATO DEL LIBRO E LA PICCOLA EDITORIA

Giuliano Vigni

Continuiamo l'analisi iniziata nel n. 5/2006 della nostra rivista, offrendo ulteriori spunti di inquadramento e riflessione sul tema della piccola editoria, come premessa agli interventi degli editori che riportiamo più avanti nel Forum.

Il quadro generale entro il quale si colloca il discorso sulla piccola editoria si può schematicamente riassumere nei seguenti punti.

Il primo punto è la tendenza del mercato a concentrarsi su un numero sempre più esiguo di titoli, di un numero sempre più ristretto di case editrici e in aree commerciali sempre più limitate, come confermano i seguenti dati. I titoli che, in libreria, raggiungono nell'arco di un anno le 20.000 copie di vendita non sono mai più di 170-180; l'80% dei titoli che vengono forniti alle librerie non supera mediamente le 500 copie; il 38-40% dei titoli che passano in un anno da una qualsiasi libreria si vende in una sola copia; le sole città di Milano e Roma, con il 32,8% dei ricavi complessivi nel canale libreria, fanno il 20% in più di tutto il Sud messo insieme (12,7%).

Questo mercato, inoltre, fa sempre più leva sulle novità come motore del proprio sviluppo. Fenomeno che si potrebbe anche considerare un processo fisiologico, se non fosse che questa iperproduzione – quantificabile in non meno di 170 libri al giorno tra novità, nuove edizioni e ristampe – determina invece un enorme spreco, non essendo il pubblico in grado di assorbire neppure una minima parte di quello che esce, e che del resto non arriva neppure a conoscere. Ci si trova in sostanza come in una fabbrica che, anziché riuscire ad aumentare il numero di esemplari di ciò che già produce, è costretta ad attivare nuove catene di montaggio per immettere sul mercato altri prodotti che sembrano più necessari, attuali o adatti in un determinato momento. Così l'offerta, decisamente sovrabbondante per il nostro mercato e per il sistema complessivo in cui si colloca, alimenta poi un imponente riflusso, con tutti i problemi che nascono ogni volta che si deve gestire un'abbondanza superflua.

D'altra parte, questo fenomeno è in parte riconducibile anche alla drastica diminuzione del tempo di permanenza in libreria. Esistono indubbiamente per tutti problemi di spazio, così come per tutti c'è la necessità di ridurre il rischio di un'eccessiva giacenza, e dunque un immobilizzo di capitali. Così i librai – oltre ad acquistare meno titoli e soprattutto meno copie a titolo – si vedono costretti a una rotazione sempre più rapida, che oggi si può calco-

lare, dopo il lancio, in un lasso di tempo che va dai 40 ai 60 giorni, a meno che non si tratti di opere pubblicate da grandi editori o da sigle di prestigio. Questa uscita semidefinitiva dalla libreria è, di fatto, il viale del tramonto di un libro. Non a caso ogni anno escono di scena – generalmente perché non sufficientemente venduti – una media di 40.000 titoli, pur continuando a restare in commercio, almeno sulla carta, oltre 600.000.

Si è venuta così a determinare questa situazione: l'editoria marcia sempre più a due velocità, su due distinti binari. Da una parte, c'è il binario veloce e a rendimento immediato dell'offerta di consumo, che è privilegio di pochi gruppi o di case editrici di prestigio: binario su cui viaggiano i veri e propri best-seller e gli altri titoli da classifica, che – per effetto di una crescente mediatizzazione dell'editoria – sono ormai per gran parte appannaggio di personaggi, giornalisti, opinionisti e di tutti coloro che, cavalcando l'onda dell'attualità, della polemica o dell'evento (nella cronaca, nella politica, nella cultura, nella religione, ecc.), vengono abilmente traghettati dai loro editori verso il successo, con supporti mediatici e pubblicitari adeguati. Dall'altra parte, c'è il binario – lento o lentissimo – su cui viaggiano tutti gli altri libri, che hanno già per loro natura un pubblico ristretto o specializzato, oppure che potrebbero avere le potenzialità per raggiungere anche un pubblico più largo, ma che – per una serie di motivi diversi – non riescono a trovarlo. Volendo – per restare nell'immagine ferroviaria – si potrebbero aggiungere a parte tutte le linee “locali”, ciascuna delle quali può avere connotazioni editoriali e tipologie di clientela sue proprie.

A questo punto ci si può porre la domanda cruciale: per il piccolo editore c'è ancora qualche spazio di manovra in questo “mercato dei grandi”? Naturalmente, è difficile dare una risposta univoca perché, al di là di alcuni denominatori comuni, ogni piccolo editore è un mondo a sé, ha un proprio modo di intendere e fare editoria, dispone di certe risorse, opera in un determinato ambito, è situato in un territorio più o meno recettivo di un altro.

Tuttavia, alcuni dati di fatto sembrano fotografare questa situazione complessiva.

1. L'editoria è come un campo aperto a cui tutti possono sempre più facilmente accedere (tant'è vero che in Italia nascono più di 800 entità editoriali all'anno e oggi si è ampiamente superata la soglia delle 8.000 case editrici o comunque dei soggetti che a vario titolo pubblicano libri). È un fatto, però, che a giocare la partita e comunque ad avere un ruolo sono, realisticamente parlando, non più di 300 sigle, e questo non dipende tanto dalla minore qualità dei titoli degli altri, ma dal fatto che gli altri spesso sono costitutivamente troppo piccoli per le dinamiche del mercato attuale.

2. Chi nasce, di norma, nasce piccolo, ma anche chi è piccolo ha l'ambizione, se non di diventare grande, almeno di crescere un po' e di affermarsi (nel suo piccolo). Accade invece che, per motivi di diversa natura, il mercato dei piccoli si restringa e resti come soffocato per mancanza di ossigeno (da parte del pubblico, delle librerie, delle biblioteche, ecc.). Il risultato, infatti, è

che il 26% di coloro che, per professione o per passione, dovrebbero fare gli editori non ha titoli attivi in catalogo e che il 36% ne ha meno di 10. Il che vuol dire che, già sulla carta, ci sono almeno 5.000 entità editoriali che, dal punto di vista del mercato, è come se non esistessero.

3. Per esistere, naturalmente, occorre soprattutto uscire dalla logica del piccolo cabotaggio. Piccolo cabotaggio vuol dire un numero di titoli insufficiente a creare un'offerta libraria consistente e visibile; vuol dire avere una programmazione episodica, occasionale e non continuativa, oppure di corto respiro o anonima (anche dal punto di vista grafico); vuol dire vivere alla giornata, sperando che un titolo vada bene per poterne fare un altro... Oggi invece l'editoria richiede, anche se si è piccoli, di pensare per progetti; di darsi subito una solida e chiara identità editoriale; di specializzarsi, nei contenuti, nelle formule, negli strumenti e nelle tecniche, nelle scelte distributive, con l'obiettivo finale di creare una vera "presenza" editoriale, che incida e apra prospettive di futuro. Nel tempo dell'omologazione e della standardizzazione è più che mai necessario il sussulto della creatività, della fantasia, dell'originalità per riuscire a far percepire all'esterno che non tutto è uguale e che, nei sotterranei dell'editoria, esistono tanti libri belli che meriterebbero di più, almeno di salire in superficie.

4. Probabilmente è venuto anche il tempo, per i piccoli, della cooperazione, delle alleanze, dei consorzi, degli accordi di distribuzione, che non siano però una somma di più precarietà e debolezze, ma vie e formule praticabili, in grado di costituire una forza reale per costruire spazi commerciali o per allargarli.

5. Si ritiene però che – al di là di quello che ciascuno, da imprenditore, deve fare in proprio – questo sforzo debba essere sostenuto da un impegno più intenso dello Stato, delle regioni e degli enti locali per favorire, attraverso un tessuto diversificato e indipendente di strutture e servizi culturali, più ampie possibilità di sviluppo della piccola editoria in tutto il Paese.

FORUM SULLA PICCOLA EDITORIA

Sono state poste ad alcuni editori le seguenti domande: 1) Com'è cambiato negli ultimi anni il mestiere dell'editore? 2) Che cosa ritiene più importante oggi per affermarsi nel campo editoriale? 3) Come vede lo sviluppo del mercato nel suo specifico settore? Queste sono state le risposte.

CITTADELLA

Franco Ferrari

L'editore ha sempre il compito di stampare buoni libri e di dare un contributo critico al settore culturale nel quale opera; in questo senso si può affermare che il suo mestiere non è cambiato. È però evidente che quest'affermazione è una provocazione: è vera per quanto riguarda la "missione" dell'editore, ma la realtà è che le condizioni d'esercizio di questo mestiere si sono molto modificate.

Un cambiamento evidente riguarda ovviamente le tecniche di stampa. Ma questo vale per tutti. Dal punto di vista di una casa editrice medio-piccola, come è Cittadella editrice, mi pare che i principali cambiamenti riguardino la rete distributiva; il mercato dei diritti, i grandi eventi promozionali del leggere (fiere come quelle di Mantova per intenderci).

Circa il rapporto con il mercato si può dire che il diffondersi delle grandi catene di librerie, i punti vendita nei supermercati o le iperlibrerie nei punti di grande passaggio (stazioni ferroviarie, aeroporti, centri commerciali, ecc.), sta influenzando sensibilmente sull'attività editoriale. Non si tratta solo dell'aspetto commerciale, ma anche di quello dei contenuti. Dal settore *marketing* arrivano richieste che riguardano non solo la grafica, ma anche il prezzo (perciò il numero di pagine), e il contenuto (privilegiare i generi che il mercato chiede). Insomma il mercato tende ad influire fortemente sul progetto culturale dell'editore.

Passiamo al mercato dei diritti, che non è solo una questione economica. Prendo in esame qui solo il problema dell'acquisto dei diritti: il tradurre opere da altre lingue vuol dire fare scelte per arricchire il dibattito, per sprovvincializzare la cultura del proprio paese. Ora una tendenza che si è manifestata negli ultimi anni a Francoforte, anche in un settore di nicchia come il nostro dell'editoria religiosa, è quella basata sul miglior offerente più che sui rapporti consolidati o sul valore della casa editrice. Questa dinamicità non può che ripercuotersi sulle scelte editoriali: alti diritti e costi di traduzione non consentono di produrre libri vendibili a buon prezzo, a meno che non vi sia la prospettiva di alte tirature. La tendenza per i settori di nicchia sarà quella di ridurre le traduzioni, peraltro già in atto, con una conseguente perdita sul piano culturale.

Infine, i grandi eventi promozionali del leggere. Iniziative importanti, che richiedono all'editore di guardare in modo nuovo e diverso ad una parte del

settore promozionale. Ma qui l'esperienza nel nostro settore non è per ora significativa

Che cosa è più importante oggi per affermarsi? Tutto dipende da cosa si deve intendere con "affermarsi".

Oggi la parola d'ordine, proveniente da altri settori commerciali, sembra essere quella di diversificare la produzione. È così che vediamo stampare guide turistiche, libri di cucina o di saggistica religiosa da chi non si occupava di questi settori.

Noi abbiamo scelto, con risultati positivi, la linea dell'approfondimento della nostra specificità.

Mi sembra sia perciò molto importante: avere una linea editoriale chiara e forte nel settore (o nei settori) in cui s'intende operare; curare, compatibilmente con i costi e l'opportuno prezzo di vendita, la produzione di un "bel libro", in altre parole che si legge bene, che si prende volentieri in mano, che invoglia chi entra in libreria anche senza acquistarlo. Ovviamente, occorrerà poi curare tutti gli altri aspetti, in particolare il settore della commercializzazione (fare bei libri non serve se poi non si vendono), ma non capovolgerei la priorità delle attenzioni: far discendere la linea editoriale dal commerciale. Sempre che si voglia svolgere un ruolo in campo culturale.

È difficile fare previsioni sullo sviluppo del mercato nel settore religioso, in quanto esso occupa il 5% del mercato, dicono le statistiche, ha uno zoccolo duro costituito dalla sussidiazione per l'attività pastorale (catechismi, libri liturgici, opuscoli vari, ecc.) ed un settore di saggistica che al momento subisce l'"invasione di campo" di editori non di settore.

Data la situazione economica generale, con il bilancio familiare che con difficoltà copre la quarta settimana del mese, credo sia più realistico parlare di mantenimento dell'attuale quota di mercato. I bisogni culturali sappiamo che sono i primi ad essere sacrificati nei momenti di crisi.

C'è la realtà multietnica e multireligiosa, che caratterizza ormai la nostra società, alla quale forse occorre guardare per un possibile sviluppo del nostro settore. Bisogna capire quali sono i bisogni culturali e religiosi di questa nuova fascia di popolazione, perché non possiamo pensare che questi riguardino solo l'integrazione. C'è anche il permanere in una cultura di provenienza che può avvenire utilizzando anche la lingua del paese di immigrazione.

DADÒ
Armando Dadò

Occorre innanzitutto precisare che la nostra casa editrice opera essenzialmente nella Svizzera italiana, nel mondo italofono svizzero e solo in piccola parte nel mercato italiano.

Il mestiere di editore domanda ora più professionalità, sia per ciò che concerne la preparazione dei libri, sia per quanto riguarda la promozione e la vendita.

Per l'affermazione nel campo editoriale il fattore più importante è la qualità. Qualità dei testi, dei contenuti, della forma, degli aspetti tecnici del libro, della cura in ogni suo aspetto. La qualità non è ovviamente in contrapposizione con la quantità, ma ne è comunque la premessa di base.

Per quanto ci riguarda vediamo lo sviluppo del mercato nella capacità di proporre opere che possano interessare i segmenti più sensibili, avvertiti e attenti del mondo della cultura.

Agli strumenti tradizionali vengono ora aggiunti i più moderni mezzi della tecnica e del marketing, per poter raggiungere in modo capillare il potenziale lettore.

E/O

Sandro Ferri

Per l'editore medio-piccolo, cioè quell'editore che non risponde a logiche di gruppo ma neanche a logiche semi-professionali, i problemi principali sono contemporaneamente quelli della salvaguardia e dello sviluppo di un progetto editoriale di qualità e quelli dettati dalle logiche di efficienza sul mercato. Il cambiamento maggiore per quel che riguarda il mestiere dell'editore è stato in questi anni di trovarsi di fronte a un mercato più "feroce", più competitivo, meno disposto a tolleranze di ordine culturale e invece tutto orientato a massimizzare le vendite, i risultati e quindi gli aspetti del marketing e della concorrenza. È per questo che credo che l'elemento più importante per affermarsi sul mercato editoriale sia la tenacia, la presenza di un progetto forte e chiaro, la forza per sorreggerlo e farlo durare. Quindi un attaccamento testardo alle ragioni della qualità. Ma anche, per altro verso e in parte in contraddizione con il primo aspetto, una grande flessibilità e agilità, ossia la capacità di cogliere velocemente le occasioni in un mercato che cambia continuamente.

Purtroppo penso che in futuro sarà la cultura del bestseller a prevalere, un mercato dominato sempre più da pochi titoli iper-pubblicizzati, venduti con sursconti, a scapito della molteplicità e della varietà dell'offerta. Vedo però anche diverse spinte in senso contrario: la ricerca da parte di una fetta di pubblico di libri meno ovvi e scontati, la resistenza dentro la professione (editori, librai, ecc.) a favore di un'offerta culturale e di uno scambio culturale veri, quindi la presa di coscienza del fatto che le forze di mercato vadano comunque in qualche modo "governate" (il che non vuol dire che non debbano esercitarsi).

INTERLINEA

Roberto Cicala

Partendo dall'idea che ha dato il nome a Interlinea - cioè ricercare un piccolo spazio nell'*interlinea* lasciata bianca dall'editoria delle alte tirature e

del troppo rapido turn over in libreria - oggi più che mai molti piccoli editori tentano di farsi largo e trovare spazi non virtuali tra le righe, spesso gonfiate, della grande industria dei best seller nati in tv e lontano dalle librerie. Il divario tra le piccole proposte di cultura e i grandi bombardamenti mediatici sembra però aumentare parallelamente alla riduzione della vita di un libro, spesso richiesta e imposta dalla distribuzione e da un mercato illuminato da fuochi d'artificio o da meteore, piuttosto che da un sistema di luce diffusa in cui tutti possano godere di una visibilità basata anche sul valore, e non soltanto sulle scariche elettriche ad alto voltaggio.

In questo periodo di crisi economica in cui gli acquisti in libreria diminuiscono e il libro, specie se di cultura, appare sempre più un bene superfluo, un di più (chissà che cosa direbbe Vanni Scheiwiller che parlava di "libri inutili"?), senz'altro cambiano le prospettive e le strategie per ogni editore, senza che cambi il fondamento del suo mestiere: essere un mediatore tra autori e lettori, un'antenna e uno specchio - sarebbe auspicabile anche un motore - della società e della cultura. Tuttavia per adattarsi a un mercato così mutevole e modaiolo, sempre più disattento e talvolta schizofrenico, l'attenzione tende a spostarsi sempre più sulla comunicazione, anche perché i libri non si vedono e vendono soltanto più in libreria; anzi, si vendono di più altrove... Il rischio da sventare è però che si risparmi sulla qualità della ricerca e della cura dei testi per investire i riscati ricavi nella sola promozione. Difatti oggi non basta il nome di un autore; occorre confezionarlo e lanciarlo ed è per questo che il marketing talvolta supera la progettualità culturale e la pubblicità sotterra la redazione.

Nel lavoro comunicativo e propositivo di un editore che vuole restare al passo con i tempi, internet è una delle frontiere più importanti del cambiamento in atto. Infatti il web aiuta a superare anche un problema, forse non soltanto momentaneo e comunque di abitudine culturale, che è legato all'acquisto dei libri in edicola. In questi punti vendita, diffusi capillarmente come nessun altro e dunque comodi perché sono a ogni angolo, non è il lettore a scegliere più di tanto, anche se acquista comunque testi di qualità, paga poco e si abitua a pagare sempre così i libri, stimolato da una campagna pubblicitaria quotidiana che neppure un grande editore potrebbe permettersi per una propria collana. Il web è uno degli spazi dove recuperare un contatto concorrenziale con il lettore che non ha più il tempo, la voglia o la necessità di recarsi in una libreria tradizionale indipendente, il luogo di solito più - ma sempre meno - protetto per i piccoli editori, messi così in crisi (e quella del "piccolo editore" è definizione strana, forse simpatica ma ambigua: è senz'altro vera economicamente, con la quota di mercato che è scesa, senza incentivi, senza rottamazione; ma non è affatto vera come categoria culturale perché non produce "piccola" ricerca o "piccoli" progetti).

Di fronte alla crisi viene da domandarsi se non valga la pena gettare la spugna: è la domanda di tutti i giorni, cercando ogni giorno di trovare una parte nuova di risposta, risolvendo - con il lavoro di gruppo che è fonda-

mentale – i problemi della categoria, tipici quando non ci sono capitali alle spalle: lavorare con i soldi prestati dalle banche; non essere visibili tramite la distribuzione; districarsi tra le carte della burocrazia e quelle di autori in cerca di editore che scrivono molto e leggono poco; subire i tagli delle tariffe ridotte nelle spedizioni postali (ormai promuovere via posta la presentazione di un libro è diventato onerosissimo) e quindi inventare soluzioni promozionali e di vendita alternative. Senza citare *L'editore ideale* di Gobetti, la regola aurea è l'equilibrio tra rigore nella gestione economica e coerenza nella qualità culturale delle scelte: saper sognare con i piedi per terra ma senza seguire troppo e soltanto i gusti personali; occorre leggere e ascoltare molto, frequentare librerie e biblioteche, non disdegnare l'eclettismo senza farsi prendere da quell'autostima o meglio da quella passione interiore che pure spesso può compensare la molto bassa remunerazione di chi fa questo mestiere. Ma l'editoria è fatta soprattutto di testi e bisogna curarli con fedeltà e attenzione, prima di tutto.

I piccoli editori che non spariscono devono aumentare le loro peculiarità (anche se ormai i grandi fanno quei libri, talvolta di piccolo formato e misura breve, che un tempo erano caratteristica dei piccoli): velocità di scelte, coltivazione di nicchie per appassionati, contatti diretti con i lettori fedeli, internet, convegni, invenzione di nuovi mercati, università...

Ma anche nelle università c'è allarme e crisi. Per chi si occupa di saggistica di nicchia, per esempio letteraria, la riforma universitaria ha ridotto, quando non eliminato, i cosiddetti corsi monografici nei primi anni, compromettendo notevolmente l'assorbimento di saggi critici specifici su un autore o un movimento, che i librai sempre meno vogliono prenotare, neppure in deposito.

Il print on demand, o comunque le tirature ridotte stampate in modalità digitale, non fanno poi forse la differenza in senso positivo, sul lungo periodo, come i produttori di tali sistemi vorrebbero far credere, visto che la forte maggioranza dei libri che giungono in libreria non vendono neppure una copia e tornano in reso. Perché comunque si stampa sempre moltissimo. In verità si dovrebbero distinguere gli editori che hanno un progetto, e lo perseguono investendo con grandi sacrifici, da altre realtà. Seppure il vero problema è che siamo un Paese dove i lettori di almeno un libro l'anno non superano, o lo fanno con difficoltà, la soglia della metà della popolazione.

C'è crisi e qualcosa dovrebbe cambiare. Il piccolo editore deve cercare zone d'ombra dove inventarsi uno spazio e anche nuove forme di comunicazione: lo spazio che per noi è quell'Interlinea che ci ha dato il nome.

Al di là delle lamentazioni, che però possono lasciare il tempo che trovano, è fondamentale una legge di promozione alla lettura e al libro in Italia, anche per la piccola editoria. L'ha detto anche un grande editore, Gian Arturo Ferrari della Mondadori: basterebbe un contributo pari a quello della produzione di un solo film per realizzare una promozione sistematica lungo cinque anni sui bambini nelle scuole. Ci vorrebbero incontri con l'autore, feste senza noia, acquisti di libri per le biblioteche scolastiche, coinvolgimento dei

genitori, mettendo in campo pubblicità, testimonial e creatività come in altri campi. Ricordando ciò che amava dire Gianni Rodari: che il verbo leggere non dovrebbe conoscere l'imperativo. Forse bisogna ripartire da lì.

IPERBOREA

Emilia Lodigiani

Iperborea è una piccola casa editrice nata vent'anni fa con l'obiettivo di esplorare e far conoscere in Italia la letteratura Nordeuropea, soprattutto attraverso i suoi autori contemporanei, ma senza trascurare anche i suoi grandi classici moderni, tra cui vari premi Nobel. Pubblichiamo una dozzina di novità all'anno e 15-20 ristampe. Mi sembra indispensabile fare questa premessa per rendere esplicito il fatto che il mio punto di vista è quello dell'editore di catalogo, o "di progetto", con una forte specializzazione, e rimasto volutamente piccolo, e temo anche sia un punto di vista molto personale: le mie risposte sono legate alla nostra specifica esperienza e probabilmente solo parzialmente generalizzabili.

Il mestiere dell'editore negli ultimi anni è molto cambiato anche per chi vuole mantenere come noi un carattere "artigianale", nel senso di una coerenza assoluta nella scelta di titoli, di alto livello letterario, nella cura estrema di ogni fase della produzione del libro, dalla traduzione alla confezione del "prodotto" in sé. Mi sembra che tutti i cambiamenti potrebbero iscriversi sotto un unico titolo: un continuo aumento della concorrenza in un mercato che non dà grandi segni di effettiva espansione, e una conseguente continua necessità di crescita della "professionalità" e della comunicazione.

Per noi personalmente la concorrenza è anche fortemente aumentata "alla fonte", cioè nella scelta dei titoli da pubblicare, dopo anni di miracoloso quasi "monopolio" di una parte dell'Europa che non sembrava suscitare grandi appetiti nell'editoria italiana. Ciò è avvenuto nell'ultimo decennio, sia per la qualità e il numero di autori interessanti in un'area culturale di grande vivacità qual è il Nordeuropea, sia per il loro grande successo in vari paesi esteri, soprattutto in Germania, e la notorietà raggiunta da molti anche in Italia, e grazie, senza falsa modestia, anche al nostro contributo nel diffonderli. Il che ha reso necessaria una maggiore rapidità nelle scelte, un'intensificazione del lavoro di esplorazione e una rincorsa all'anticipazione.

L'aumento delle catene, l'esigenza sempre più sentita di una redditività al metroquadro, la politica degli sconti, il peso sempre crescente delle novità e dei bestseller - tutte cose che potrebbero in teoria portare a un aumento del numero di lettori e quindi magari a un effetto positivo a lungo termine - in questa fase sembrano piuttosto negative per gli editori di catalogo che fanno più fatica a essere visibili e presenti in forza con i titoli disponibili nelle catene, mentre vedono spesso in difficoltà, o addirittura costrette a chiudere, mol-

te librerie indipendenti: quei librai lettori capaci di indirizzare e consigliare i loro clienti, che sono in realtà per noi il tramite ideale per arrivare al nostro pubblico. Dal nostro punto di vista non solo queste trasformazioni rendono indispensabile una promozione e una distribuzione sempre più efficace ed efficiente, un faticoso adeguamento (o un ancor più faticoso rifiuto) di una diffusa tendenza ad autopunitivi sovrascanti, ma anche un incremento di comunicazione diretta con i librai per garantirsi una certa costante visibilità.

Le Fiere sono sempre state per il piccolo editore un momento fondamentale per aumentare la propria visibilità, presentare l'intero catalogo, conoscere i propri lettori, presentare al pubblico gli autori. Il problema è che anche in questo campo il numero delle iniziative è cresciuto esponenzialmente e "l'eserci" in modo attivo è diventato sempre più impegnativo.

Lo stesso vale naturalmente anche nel rapporto con la stampa e i media. Sintetizzando direi che nel complesso l'aspetto della commercializzazione e della comunicazione hanno preso sempre più peso negli ultimi anni, e per chi fa l'editore per passione e non vuole rinunciare all'alta qualità della propria produzione vuol dire dover lavorare di più e aumentare il numero dei collaboratori per mantenere una visibilità che nel passato era forse più facilmente difendibile.

Credo di aver in parte già risposto su cosa è più importante oggi per affermarsi, su quello che si è comunque costretti a fare, ma continuo a pensare che per arrivare ad affermarsi come "marchio" distinguibile nel vastissimo numero di editori, sia importante avere una forte "identificabilità" data dalla coerenza della linea editoriale e da una grafica di un certo impatto. Nel caso dei piccoli editori penso che una certa "specializzazione", come è nel nostro caso, renda le cose più facili, ma, guardandomi attorno, direi che non è né indispensabile né sufficiente.

Il mio specifico settore è la narrativa, campo aleatorio quanto mai, privo di ogni giustificazione pratica, se non quella di far crescere umanamente, aumentare la propria consapevolezza, arricchire la propria esperienza attraverso esperienze altrui, vivere più vite e fornire un piacevolissimo "passatempo" a poco prezzo. Nonostante tutto, resto ottimista sul futuro, sull'espansione del mercato, ovvero sull'aumento del numero di lettori in Italia. La lettura di massa è un fenomeno recente nella storia dell'umanità, la scuola ha ancora molto da fare. Deve soprattutto diffondersi la consapevolezza della correlazione tra reale sviluppo e lettura: in tutti i paesi ad alto tasso di crescita economica la lettura è in costante aumento, nei "miei" paesi nordici, che sono in Europa sempre ai primi posti nelle classifiche dei più virtuosi in tutti i campi, dall'innovazione, al welfare, al civile rispetto degli altri, alla tolleranza, alla capacità di convivenza, si legge moltissimo, e moltissimi romanzi, l'alfabetizzazione in Italia è avvenuta cinquant'anni dopo rispetto a loro, c'è forse anche questo ritardo da recuperare. Il futuro appartiene a chi studia di più, legge di più, ha più strumenti per conoscere e capire il complesso mondo in cui viviamo, e mi auguro che gli italiani abbiano un futuro.

MARCOS Y MARCOS

Claudia e Marco Zapparoli

Come è cambiato il mestiere dell'editore negli ultimi anni. Sono cambiati gli strumenti, che si sono fatti molto più digitali. Per esempio Internet: è un pozzo senza fondo di informazioni che prima non esisteva. L'importante è non perdersi.

Nemmeno quando si aggiorna il proprio sito web, altro nuovissimo strumento di lavoro.

Sono cambiati gli interlocutori in libreria. La crescita delle catene editoriali cambia lo stile della proposta degli editori e la collaborazione casa editrice-libreria. In questo momento, c'è molta mobilità. Difficile che una persona lavori nello stesso posto a lungo. Questa mancanza di continuità nei rapporti rappresenta un cambiamento significativo.

Sono cambiati i costi di produzione. Il prezzo medio degli anticipi agli autori è aumentato in modo significativo, mentre stampare libri costa meno.

Questo agevola la moltiplicazione delle proposte, altro cambiamento che rende certamente più complesso il lavoro.

I grandi attori sono più o meno gli stessi, e si sono rafforzati.

I nuovi editori sono tantissimi. Molti anche dotati di risorse e progetti solidi. Questo genera una certa dispersione, quando si va a caccia di nuovi titoli, quando ci si deve dividere lo spazio sui banchi delle librerie e sui mezzi di comunicazione.

In questa situazione, per affermarsi occorre prima di tutto disporre della solita miscela di qualità-difetti tipici di un editore.

Un po' di ambizione, ma non troppa, e comunque sostenuta da tenacia e pazienza.

La capacità di guardare avanti, ma non troppo, perché se si è troppo anticipatori non si viene compresi.

Un po' di follia, ma non troppa, altrimenti non si è capaci di far tornare i conti.

Saper comunicare, ma non troppo, altrimenti si perdono di vista i contenuti.

Rispetto al passato, poi, è sempre più determinante saper mantenere una precisa identità; il lettore deve poter riconoscere un progetto e un'impronta, sviluppare un interesse duraturo per il tipo di proposta.

Saltabeccare tra i generi, alternare proposte spiccatamente commerciali con proposte di qualità premia soltanto quando si imbrocca il titolo vincente, ma non funziona sul lungo periodo.

Sembra ormai dimostrato che neppure un enorme potere finanziario può compensare la debolezza - o megalomania - del progetto...

È certamente un momento di grandi trasformazioni, che si affrontano con un certo timore, ma siamo convinti che qualcosa cambierà in meglio.

È incontrovertibile, ad esempio, che è un mercato in espansione.

Ci puntano le librerie, ci puntiamo anche noi.

Trionfa il conformismo, è vero: si vendono molte copie di pochi libri, di cui molto si parla. Spesso libri più “semplici” sonnacchiano felicemente in testa alle classifiche, mentre i capolavori si conquistano con i denti le ultime posizioni, e tanti altri libri, buoni e molto buoni, è come se non fossero nemmeno esistiti.

Trionfa il connubio televisione-classifica, la produzione modellata sul nuovo, allettante segmento del lettore debole.

Quelli che sono segnali positivi per un marketing indifferente potrebbero allarmare chi punta alla qualità.

Eppure anche la nicchia dei lettori forti è destinata a rafforzarsi.

Dispone di un nuovo strumento rivoluzionario: internet.

Internet ha il potere di amplificare all'infinito il passaparola.

Chiunque può raggiungere chiunque, e garantire una “controinformazione” spontanea e paritaria.

Se alcune catene di librerie dovessero, come si teme, schiacciare l'offerta su pochi best seller, le librerie indipendenti più qualificate otterranno il monopolio della qualità.

Si amplierà la forbice tra offerta generica e capacità di proposta.

Lettori colti, informati, curiosi, sosterranno le librerie davvero capaci di differenziarsi.

E per chi ha idee ancora più personali, imprevedibili e precise, internet è in grado di offrire, senza problemi di magazzino, l'intero catalogo dei libri in produzione.

Uno sviluppo contrastato, a tratti doloroso, ma verso nuove e divertenti prospettive.

MARIETTI

Giovanni Ungarelli

Negli ultimi anni le basi che reggono il mestiere di editore e che riguardano il libro come prodotto sono rimaste sostanzialmente invariate, mentre la strategia editoriale ha subito modifiche importanti che hanno rivoluzionato la professione.

Attualmente intraprendere questo mestiere significa integrare l'attività editoriale con la responsabilità di tutte le funzioni che non riguardano strettamente la produzione, e garantire una efficiente sinergia per ottenere buoni risultati di vendita. Il fatto di utilizzare canali di vendita tutti importanti e molto diversi tra loro costringe a pensare ad una produzione che nei contenuti e nella grafica abbia le caratteristiche tali da poter essere canalizzata contemporaneamente nei diversi circuiti.

Oltre a questa nuova esigenza, anche i processi tecnologici, progredendo, hanno modificato tutto il sistema editoriale.

Come sempre le scelte editoriali e la distribuzione rimangono i fattori più importanti per il successo nel campo editoriale.

Nel nostro settore si può solo sperare di intensificare l'informazione, e auspicare la rimozione delle tante remore che il circuito delle librerie laiche importanti continua ad avere nei confronti della piccola editoria.

NOTTETEMPO

Andrea Gessner

Una volta il desiderio del grande editore era di costituire e di rendere visibile il panorama letterario del proprio Paese. Oggi non ci sono più americhe da scoprire, ma da qualche parte piccoli lembi di terra ancora inesplorata, e molto spesso questo ruolo di ricerca viene svolto dai piccoli editori. Ma, a parte queste eccezioni, si ha la sensazione che tutti vogliano fare la stessa cosa, pubblicare lo stesso libro, lo stesso autore.

Un'altra grande differenza è il ruolo dell'agente. Nel passato era lo stesso editore a fare da agente all'autore, mentre ora questo ruolo si è reso indipendente. Il potere della mediazione, dell'agente, si è molto rafforzato.

Anche Internet e le e-mail hanno contribuito a cambiare molto lo scenario: ora tutte le comunicazioni sono infinitamente più rapide. Quasi manca la necessità di incontrarsi personalmente tra editori, tanto tutto può essere svolto rapidamente e con precisione grazie all'elettronica. In questi ultimi anni si ha la sensazione, ad esempio, di incontrarsi a Francoforte proprio per potersi incontrare, per potersi conoscere personalmente, perché tutto il resto può essere svolto dal proprio ufficio.

Per una piccola casa editrice come 'nottetempo' due sono i punti decisivi per affermarsi nel mercato editoriale: in primo luogo la riconoscibilità. Per raggiungerla è necessario seguire il proprio gusto personale e la propria curiosità. Quando la casa editrice arriva ad avere una sua fisionomia, viene cercata da autori, agenti letterari, editori stranieri, che propongono quello che sembra appartenerti. Una via per ottenere la riconoscibilità è il pubblicare libri che fanno parte di un ambito preciso. Noi invece abbiamo puntato su libri che avessero una grande qualità letteraria intrinseca, e che potessero formare un catalogo coerente e di grande intensità. È successo così per Milena Agus: non è stata 'nottetempo' a scoprire lei, ma lei a scoprire la casa editrice: ha inviato il manoscritto di *Mentre dorme il pescecane*, che immediatamente abbiamo molto amato: il primo passo comunque rimane il suo, il nostro merito sta nell'averne riconosciuto il valore.

In secondo luogo è molto importante riuscire a ottenere spazi e visibilità nelle librerie, che è uno dei problemi ancora irrisolti, forse il più grosso: spesso la differenza tra grande e piccolo editore è proprio la visibilità in libreria. Un piccolo editore ha enormi difficoltà a essere esposto sui banchi delle librerie e non solo sugli scaffali. Il grande editore è esentato da questa difficoltà.

Nonostante si dica sempre che in Italia la lettura sia in crisi, perché il numero dei lettori rimane purtroppo basso, anno dopo anno si registra la crescita del numero dei libri venduti e anche del numero di nuove case editrici indipendenti quasi sempre piccole o piccolissime. Questo significa che qualche spazio, qualche pertugio esiste, ed esiste anche una grande attenzione dei lettori per le novità in campo editoriale e per il lavoro di ricerca svolto dalle piccole case editrici. È una cosa che possiamo toccare con mano durante le grandi Fiere del libro, come quelle di Torino e Roma, quando la casa editrice ha la possibilità di stare a contatto diretto col suo pubblico. È allora che si ha la percezione della curiosità che i lettori hanno verso questo movimento dal basso. Per quanto ci riguarda nei prossimi tempi dovremo sostenere sfide sempre più impegnative. 'Nottetempo' nel 2007 compie cinque anni, pubblica il suo centesimo titolo e inaugura la sua settima collana, il "pesanervi", una collana che accoglie libri gialli e fantastici.

RUBBETTINO

Florindo Rubbettino

La tendenza nel nostro mestiere è sempre più quella di un percorso verso un approccio più manageriale e marketing-oriented. In poche parole è richiesto sempre più a chi si cimenta in questo lavoro di completare la professionalità propria dell'editore, con quella di un vero e proprio imprenditore della cultura, attento a tutte le variabili economiche e manageriali.

Bisogna poi tenere ben presente che è in atto una lenta e progressiva evoluzione del mezzo di comunicazione libro e soprattutto una osmosi con gli altri mezzi di comunicazione. Credo che di questo, ogni editore, debba tenere conto.

È fondamentale avere un progetto ben definito e ben percepibile. Il sovraffollamento che contraddistingue il nostro settore impone a ciascuno di noi, soprattutto se non si è un grande editore, di avere un'immagine ben definita e una propria riconoscibilità. Noi abbiamo deciso di posizionarci sul mercato della saggistica con particolare attenzione alla politica, alla storia, alla religione e alle scienze sociali.

Quello che è certo è che le tendenze che hanno pervaso il mercato editoriale negli ultimi tempi continueranno. Mi riferisco alla ricerca da parte dei lettori di libri a un prezzo abbastanza contenuto, abitudine che riguarda non solo il settore della narrativa, ma anche la saggistica, segmento in cui la Rubbettino principalmente opera; il fenomeno dei libri allegati ai quotidiani; l'aumento dell'offerta globale di nuovi titoli; il ridimensionamento dello spazio dedicato dalle librerie ai marchi piccoli e medi, con gravi conseguenze non solo sui bilanci di questi ultimi ma anche sulla penetrazione culturale nel territorio, visto che spesso sono proprio i piccoli e medi editori che investono nella ricerca di nuovi autori e nella sperimentazioni in nuovi campi.

Come ha notato Ernesto Ferrero, è in atto in libreria un processo di omologazione verso il basso che tende a spingere ai margini dei banchi, o a buttarli fuori del tutto, gli *slow books*, i titoli che hanno bisogno di più tempo per trovare la propria strada. E a soffrire di ciò non sono solo le piccole librerie, gli editori che curano le scelte di titoli di questo segmento, ma è l'intero sistema culturale del paese.

Un imprenditore è un soggetto che ha deciso di rischiare, sperimentare, trovare nuove strade. Ancor di più un imprenditore culturale qual è l'editore ha l'obbligo di sperimentare, fare laboratorio culturale, approfondire, aprire nuove strade. Questo è il suo lavoro e il suo rischio. Il problema è che non basta che sia solo l'editore a far questo, è necessario che lo faccia l'intera filiera. Le librerie purtroppo stanno diventando sempre di più degli spazi dedicati all'editoria di intrattenimento, all'intrattenimento di massa, che è legittimo anzi necessario. Ma che da solo non basta. Oltre ai libri da raccolto (quelli che fanno fatturato), occorrono anche i libri da semina.

SYLVESTRE BONNARD

Vittorio Di Giuro

Temo di non saper dare un significativo contributo in risposta al questionario che ci sottopone "Libri e riviste d'Italia". Per quanto mi è dato di capire, oggi l'editore, che opera, come è stato autorevolmente sancito anni fa, "a scopo di lucro", per avere visibilità nel supermercato librario deve essere, prima di tutto e soprattutto, provvisto di adeguati strumenti promozionali. Nelle sue scelte deve badare al potenziale pubblicitario del testo da pubblicare (notorietà dell'autore, sua capacità di farsi largo nell'affollato palcoscenico televisivo, attualità degli argomenti, ecc.). Tutto il resto - qualità letteraria, importanza dei temi trattati - viene dopo, conta di meno o non conta per niente. Per questi motivi, e rispondo all'ultima domanda, la sola sulla quale ho idee chiare e definitive, nello specifico settore in cui ha inteso operare la Sylvestre Bonnard - storia, arti e mestieri del libro- non vedo alcuna possibilità di sviluppo. Nient'altro di una stentata sopravvivenza (seppure).

VIENNEPIERRE

Vanna Massarotti Piazza

Il mestiere di editore non è cambiato molto nella sostanza, uguale è rimasto l'amore per il libro, per la scoperta di un poeta nuovo, lo sforzo di attirare l'attenzione del lettore e di aumentare il numero dei lettori.

È cambiato il modo di fare il libro. L'uso del computer ne ha sveltito in modo radicale la lavorazione, ha dimezzato i tempi di produzione.

Anche la stampa digitale permette di pubblicare un libro in tempi brevi, forse a discapito della qualità.

Si cercano nuove tecnologie proprio per evitare questo abbassamento di livello. Ma sia i grandi che i piccoli editori ne fanno sempre più uso, per ristampe rapide di volumi esauriti, ma anche per nuovi libri di narrativa o di poesia: una prima distribuzione con una tiratura bassa aiuta a saggiare la risposta del pubblico, e quindi a valutare la possibilità di stampare ritornando al tradizionale offset, un numero maggiore di copie. Tutto questo aiuta a diminuire il carico del magazzino, e quindi a diminuire le spese.

Ma quello che è veramente cambiato nel nostro mestiere è l'editore: non ci sono più i grandi editori di un tempo, che avevano delle intuizioni validissime sia dal punto di vista culturale che commerciale, che avevano un rapporto diretto con gli scrittori, quasi da mecenati del Rinascimento, scrittori che si contendevano a suon di milioni e di lettere di fuoco. Ormai le grosse case editrici sono per lo più in mano a funzionari, ottimi esecutori, spesso anche provenienti da altre aziende con produzione tutta diversa o dal mondo della finanza, persone che non sanno "fare" il libro. Si studiano attentamente i tabulati, si accettano senza batter ciglio libri di calciatori, politici, veline, che in questo mondo dal consumismo trionfante possono rendere molto di più di un buon narratore o di un grande poeta. Si rimasticano le grandi opere pubblicate negli anni Settanta e Ottanta.

A questo punto si evidenzia il ruolo dei piccoli editori, che nella maggior parte dei casi fanno il loro mestiere per passione, vanno alla ricerca di nuovi scrittori, hanno idee nuove che spesso risultano vincenti.

Ma perché rimangono per lo più sempre piccoli? La domanda è più che legittima. Forse non sanno calcolare bene i costi e i ricavi, si lasciano trasportare dall'entusiasmo, e soprattutto non sono ben distribuiti: nelle librerie non c'è posto per loro, e il lettore, che si lascia influenzare da pubblicità e mode, non si accorge dei loro libri e il più delle volte non conosce nemmeno il loro nome, e questo anche se hanno cataloghi ben strutturati e ricchi di titoli più che validi. Ecco alcune possibili tristi spiegazioni, tristi ma purtroppo vere.

Oggi, per affermarsi nel campo editoriale, è importante avere un progetto e seguire una linea editoriale che renda riconoscibile la casa editrice. Purtroppo, però, è importante anche avere molti mezzi per lanciare un libro: non tanto recensioni, ma pubblicità su giornali e riviste, presentazioni ecc.

Il progetto può essere anche quello di pubblicare soltanto libri di qualità, nei quali si crede, e nello stamparli secondo regole grafiche precise. Certo, il libro costa di più e si guadagna di meno. È il parere di un piccolo editore indipendente che vuole mantenere una sua precisa fisionomia culturale ed etica.

Il futuro, per quanto detto, non si presenta roseo. Per il piccolo editore lo scoglio maggiore è la distribuzione. Non è possibile lasciare il 60% del ricavato delle vendite a delle strutture distributive che lavorano spesso poco e male, anche perché schiacciate dalle distribuzioni dei cinque grandi gruppi editoriali che detengono il potere ovunque: nelle loro megagalattiche e aride

librerie (dove si vende di tutto e dove è completamente sparita la figura del libraio, informato e premuroso, sostituito da addetti ignari attaccati al video per controllare i titoli), nelle assegnazioni dei premi, nella visibilità sul mercato. Ben vengano le librerie fiduciarie, che espongono i libri dei piccoli editori nelle loro vetrine, ben vengano anche le tante fiere del libro, che fioriscono ormai in tutta Italia, con presentazioni, incontri, e anche i presidi del libro, che hanno già movimentato molte piccole librerie nei centri minori.

WHITE STAR

Cristina Varlotta

Il digitale e internet hanno cambiato molto. Qualsiasi utente e da qualsiasi parte del mondo può accedere ai siti internet delle diverse case editrici e comprare i volumi cui è interessato, senza necessariamente andare in libreria. La diffusione del libro, quindi, è molto più facile, essendo possibile reperire qualsiasi titolo in pochi minuti.

Il digitale ha anche permesso di ridurre i tempi di lavorazione e di limitare i costi di produzione.

D'altra parte però nel nostro campo, quello dei libri fotografici, è necessaria un'attenzione maggiore ai diritti d'autore: chiunque può scansionare una nostra foto pubblicata su un libro e utilizzarla come ritiene opportuno.

Per affermarsi, come in passato, bisogna avere buone idee e buoni prodotti. Il successo di Edizioni White Star, per esempio, si basa sul compromesso tra alta qualità dei volumi e prezzo ragionevole, e sull'individuazione, nel calderone dell'editoria mondiale, di quelle novità editoriali che possono riscuotere interesse anche nel nostro mercato.

Infine, credo che sia essenziale il coraggio di crescere e di entrare in nuovi mercati. Edizioni White Star lo ha fatto entrando nel mercato francese con Editions White Star, ed in quello tedesco con White Star Verlag.

I trend ci dicono che il mercato è in espansione, ogni anno vendiamo più copie e più titoli. Ritengo che ci sia una maggiore attenzione del pubblico per i libri fotografici di qualità, come prodotti di qualità dal ricco contenuto.

LETTURA SÌ, LETTURA NO

A PROPOSITO DI INSEGNANTI SUL BANCO DEGLI IMPUTATI

Anna Mattei

Dall'inchiesta sulla lettura che la Mondadori promuove ogni due anni viene la conferma che più della metà della popolazione non legge nemmeno un libro all'anno e che molti tra i non lettori addebitino alla scuola la loro scarsa simpatia per la lettura.

È possibile che la scuola allontani dalla lettura con pratiche didattiche sbagliate? O che non la includa affatto nei percorsi di studio? O che il libro e la lettura vadano scomparendo dalle scuole superiori e dall'università, a prescindere dalla volontà dei docenti? A queste domande risponde una insegnante, sollecitata da quanto si è detto nell'incontro di presentazione dell'indagine Ipsos-Mondadori *Lettori e non lettori. Quanti e perché*.

Premessa sconcertante

“Nel nostro Paese, come ci confermano i dati della nostra ricerca, mancano delle politiche stabili per l'incremento della lettura: il piacere di prendere un libro in mano continua ad essere un fenomeno fortemente condizionato e condizionabile quasi esclusivamente dall'offerta editoriale.”

Il secco rilievo è di Gian Arturo Ferrari, direttore generale della Divisione libri Mondadori, che al Residence Ripetta in Roma, il 5 ottobre scorso, ha parlato dello stato di salute del libro e del mercato editoriale, esponendo i dati di una rilevazione biennale dell'Ipsos sul numero e sulla qualità dei lettori. In flessione, a quanto è stato detto, rispetto all'ultima rilevazione del 2005, che era stata un po' più ottimistica grazie alle vendite del *Codice da Vinci* e al boom dei libri distribuiti in edicola con i quotidiani.

I dati attuali non sono confortanti. Il mercato editoriale italiano pare che sia il sesto del mondo, eppure, stando alle cifre, un'alta percentuale di cittadini non legge nemmeno un libro all'anno. Più della metà della popolazione. Il 62%.

A complicare la questione si potrebbe aggiungere che, in compenso, però, tutta l'Italia scrive, e citare a riprova le dichiarazioni di un noto politico, che, intervistato per l'uscita del suo secondo romanzo, ha dichiarato con fermezza di non trovare il tempo per leggere.

Ferrari nel suo discorso non ha ommesso i giudizi critici, supportandoli con grafici e numeri. Ha fatto notare che, tra quel 62% di non lettori, un buon 20% ha un pessimo ricordo delle letture scolastiche. Ha rimarcato inoltre lo scarso impegno dello Stato che non investe sufficienti risorse finanziarie sulla promozione della lettura, come invece fa l'Inghilterra, che attua una politica

di “prevenzione” con ottimi risultati. E all’esempio fatto da Ferrari si potrebbe affiancare quello della Francia che, con il suo *Centre national du livre*, promuove su tutto il territorio nazionale iniziative di provata efficacia.

Dopo Ferrari, quasi chiamato in causa, è intervenuto Luciano Scala, direttore generale per i Beni librari e gli istituti culturali del Ministero per i beni culturali, per affermare vigorosamente il contrario. E cioè che, nell’ambito di sua competenza, attraverso l’Istituto per il libro, si realizzano progetti importanti come “Ottobre, piovono libri”, di concerto con gli enti locali, per dare comunicazione e visibilità alle attività di promozione della lettura realizzate in Italia. A giudizio di Scala, lo Stato, almeno per quanto riguarda il suo comparto, investe non poche risorse e ad altre cause andrebbe quindi imputato l’italico disamore per la lettura. Forse proprio alla scuola, ipotizza, almeno a dar fede alle dichiarazioni di quel 20% all’interno del 62% dei non lettori.

A quel punto alcuni tra i presenti, sollecitati dall’esplicito riferimento, sono intervenuti a vario titolo, indicando negli insegnanti italiani i responsabili della fuga dal libro.

La scuola italiana fa leggere fino a tredici anni

Responsabili i professori, dunque, del declino morale e culturale del Paese. Responsabili anche degli incidenti automobilistici, e con qualche fondamento, dato che a loro è demandata l’educazione stradale, come il Ministero della pubblica istruzione si preoccupa ogni anno di ricordare agli insegnanti riottosi e perplessi sulle competenze loro attribuite d’imperio. Senonchè, lo stesso Ministero che si preoccupa della motorizzazione omette qualunque indicazione in materia di educazione alla lettura. L’educazione alla lettura in Italia è espressamente prevista e impartita solo fino al compimento dei tredici anni, cioè fino al termine della scuola media.

Per comprendere meglio il problema sarebbe interessante, infatti, estendere la ricerca dell’Ipsos ai ragazzi di quella fascia d’età. Si scoprirebbe, come qualcuno ha già fatto, che una buona parte dei lettori in erba, assai ben avviati dagli insegnanti della fascia dell’obbligo, viene ricacciata ignobilmente tra i non lettori nel passaggio alla scuola superiore, dove il libro non trova più spazio. E, se questo avviene, è a causa di una semplice omissione, di cui nessuno fa mai parola, nonostante sia stata più volte evidenziata, in particolare dagli italianisti (sia della scuola secondaria che dell’Università), che subiscono l’assenza del libro e la privazione della lettura con maggiori danni.

Di fronte al problema non bisogna dimenticare che, nei programmi ministeriali che riguardano le scuole superiori, si danno solo vaghe indicazioni sui libri e la lettura, al contrario di quel che si fa per la fascia dell’obbligo, come se le buone abitudini e le competenze fossero date una volta per tutte e definitivamente acquisite negli otto anni di elementari e medie.

Nel corso dei cinque anni successivi (e peggio ancora nei tre-più-due anni dell'università) i libri escono semplicemente di scena e sopravvivono solo i manuali, secondo un'ottica semplificatoria che riduce lo studio ai contenuti di base.

Alla Matematica basterà il manuale di Matematica, alla Storia il manuale di Storia, alle Scienze il manuale di Scienze, all'Italiano il manuale di Italiano e così via. Mai che si apra uno spiraglio sul libro, che non sia qualche capitolo carpito qua e là.

In questo stato di cose, i danni non si avvertono subito, ma si aggravano nel tempo. Per esempio quando, tra una soglia e l'altra (biennio/triennio; liceo/università), si verifica che molti giovani, messi di fronte a scritture non precotte come quelle dei pur rispettabili manuali, hanno serie difficoltà di comprensione testuale.

“Falso...” - direbbe irritato qualche preside e anche qualche insegnante - “Nella mia scuola si legge... si fa questo e si fa quello...”.

“Nella mia, cara collega, si fa anche di più ... Il catalogo dei libri in rete, il laboratorio di lettura...”

Vero. Una gran parte del lavoro didattico, infatti, secondo i principi dell'autonomia, viene demandata al cosiddetto Pof (Piano di offerta formativa), che già nel suono onomatopeico fa pensare all'inevitabile naufragio. Chiunque abbia esperienza di insegnamento, anche universitario, sa bene quanto la cosiddetta autonomia sia minata alle fondamenta dalla scarsità dei mezzi e soprattutto dalla indeterminatezza con cui nel nostro Paese si celebrano spesso le nozze con le buone intenzioni, il più delle volte senza nemmeno i fichi secchi.

Vero è che ci sono molte lodevoli iniziative sulla lettura in varie scuole superiori, ma è vero anche che sono rare e preziose eccezioni nell'assenza di interventi istituzionali sulle strutture, sugli organici, sull'ordinamento didattico.

Un dato di fatto è che nella quasi totalità delle scuole mancano gli spazi, le persone, i modi e i mezzi, per consentire e promuovere la lettura, come una buona biblioteca di classe per l'attività quotidiana e una di istituto con un addetto che la renda fruibile e accessibile di mattina e pomeriggio. E va aggiunto che, se anche tutto questo ci fosse, non ci sarebbe comunque modo di servirsene dato che l'ordinamento didattico attuale non consente che si faccia lezione al di fuori dell'aula.

Tornando ai libri, i grandi assenti dalla scuola superiore italiana, se proprio i docenti li vogliono utilizzare, che lo facciano pure, ma che se li portino da casa e a loro rischio e pericolo. Nessuno li prescrive, è vero, ma chi li vieta?

“Perbacco... e i genitori?”- esclamerebbe preoccupato qualche *prof*, il quale spesso corrisponde a una professoressa, con tutto quel che ne consegue sul piano dell'apprezzamento culturale e sociale - “Dove li mettiamo i genitori che non sono mai d'accordo sull'eccessivo lavoro delle meningi dei figli, soprattutto quando la suddetta fatica intellettuale non è espressamente indicata dai programmi ma nasce solo da una pericolosa inclinazione dell'insegnante?”

“Costano troppo,”- obietterebbero - “sono troppo difficili, inadatti a un giovane, sottraggono tempo allo studio... quello serio... Tutto quel tempo perso nella lettura fa abbassare il voto dell’esame di stato che può servire per le ammissioni all’Università. Saremo costretti a cambiare scuola... a sceglierne una più facile dove il 100 è assicurato.”

Per non parlare della drammatica caduta della lettura all’Università, dove, con lo schema dei moduli e dei crediti introdotto dalle ultime riforme, le pagine dei libri vengono dissezionate e conteggiate con cura perché non si eccedano i limiti “sindacali” prestabiliti.

In tutte le facoltà – ovviamente anche in quella di Lettere con maggior dolore - si leggono solo capitoli e parti dissezionate di saggi e di testi letterari, invece che libri interi. E allora tagli su tagli, antologie di fotocopie da pagina a pagina, peggio che al liceo, dove il professore almeno si irriterebbe qualora gli studenti glielie chiedessero con eccessiva petulanza.

Con questi presupposti come stupirsi della caduta della lettura che si verifica esattamente tra i 15 e i 24 anni, proprio negli anni che comprendono gli studi superiori fino all’università? E come stupirsi della sua ripresa, tra i 25 e i 34 anni, quando finalmente si chiude l’epoca dei manuali e dei testi sbrantati?

E il piacere della lettura? La colpa è di Manzoni...

In Italia non si legge perché la scuola *non fa* leggere, sostengono alcuni con aria di rimprovero. Grave. Ma altri dicono che in Italia non si legge perché la scuola *fa* leggere. Gravissimo.

“Per carità”- replicherebbero in molti (e lo hanno fatto puntualmente anche al Residence Ripetta) – “la lettura deve essere un piacere e il piacere della lettura a scuola non è di casa. Si sa che fine fanno i libri che si leggono a scuola. Uccisi dalla noia e dal didattichese...”

“Scusate, ma non s’era detto che la responsabilità del disamore per la lettura è degli insegnanti che *non fanno* leggere?”

“No, guardi che ha capito male. La colpa è proprio degli insegnanti che *fanno* leggere uccidendone il piacere...”

A voler andare a fondo della misteriosa contraddizione che vede gli insegnanti sul banco degli imputati con una duplice accusa - *non far leggere* e *far leggere* -, il grande accusato della mortifera azione sui lettori virtuali sembra essere l’unico libro sopravvissuto alla catastrofe della lettura della scuola superiore.

Tra le indicazioni ministeriali c’è infatti una sola prescrizione, ormai sbiadita nel tempo e valida solo per il biennio delle superiori. *I promessi sposi*. Incubo delle memorie scolari.

Ed ecco il nodo di quel singolare processo didattico che trasforma il libro in un mattone inutile anche per il mercato edilizio. Proprio il romanzo

popolare che Manzoni aveva concepito per tutti, sin per le fanciulle, e che De Sanctis ritenne buono per le scuole, nell'ottica della formazione di una coscienza nazionale che passasse attraverso una letteratura impegnata sul piano etico e civile oltre che sulla questione della lingua.

Peccato per quel grande libro che andrebbe letto almeno un paio d'anni dopo rispetto alla prescrizione ministeriale che lo colloca nella fascia dei quindici anni.

Peccato che sia distrutto dalla solitudine. Peccato che sia sottoposto ad accanimento terapeutico da parte degli insegnanti che lo trasformano in una palestra di propedeutica letteraria.

Perché proprio quel libro e non un altro? Meglio ancora, perché solo quel libro?

Obbligati a quell'unica lettura, i professori inconsapevolmente lo sbranano in sottili analisi per insegnare agli studenti riottosi la lingua, le tecniche narrative e retoriche fino a sfinirli.

Dopo aver letto quell'unico libro durante il biennio, i professori negli anni successivi della scuola superiore possono utilizzare solo i manuali e non troppo pesanti, per carità.

Far leggere o non far leggere? Come se ne esce?

Si può conciliare l'educazione alla lettura con il piacere della lettura in aule che non pochi considerano più simili a delle celle? Certo, si potrebbero arredare le aule con divani, poltrone, luci soffuse, e cacciarne via i professori, che nella degustazione mistica del libro giocherebbero, secondo i più, una parte negativa.

Storica la questione del piacere della lettura. Risale ai tempi gloriosi in cui si discuteva, tra strutturalisti e non, in nome di una passione letteraria che accomunava critici e scrittori e, con loro, la manovalanza scolastica all'epoca più accreditata di oggi. Un'epoca in cui molti illustri italianisti e filologi, da Alberto Asor Rosa a Maria Corti, non dimenticavano di essere venuti dalla gavetta dei licei e certo un *prof* non si vergognava del suo mestiere come accade oggi. Dimenticando che il modo di affrontare il problema del libro e della lettura è sconcertante per il difetto di informazione che muove le istituzioni pubbliche verso obiettivi che si ritengono sbagliati. Come una falsa partenza che induce i più a colpevolizzare gli attori di una commedia che non hanno scritto loro.

I problemi da risolvere

Proviamo a distinguere due ordini di problemi.

Uno è territoriale e riguarda l'assoluta disomogeneità geografica, economica e sociale del territorio italiano e di conseguenza delle sue strutture di servizio portanti.

I lettori scarseggiano nelle aree geografiche meno urbanizzate e disagiate. In alcune il libro è letteralmente assente, semplicemente perché mancano le librerie,

le biblioteche statali e comunali, spesso anche le edicole. Poche o nulle, ovviamente, nei luoghi più remoti, anche le attività di promozione della lettura. Molte delle quali vengono premiate proprio dall'Istituto per il libro, attraverso una selezione dei progetti migliori. Una delle iniziative premiate più originali, ad esempio, era realizzata con un furgoncino "Ape" che caracolava sulle montagne, carico di libri di ogni genere, tra i paesini più sperduti di una regione del Sud.

Il vero problema, però, è di tipo istituzionale e politico e potrebbe essere risolto se si prestasse una maggiore attenzione al libro e alla lettura, analizzando a fondo la situazione e provvedendo con poche e opportune riforme. Basterebbe prendere come riferimento la tanto decantata Europa: la Francia e l'Inghilterra, per esempio, dove i problemi sono di altro ordine e forse più gravi dei nostri, ma il libro e la lettura restano al centro delle cure e dell'attenzione delle strutture pubbliche preposte, come testimoniano in concreto le notevoli risorse che vengono stanziare.

Proviamo a pensare cosa si potrebbe fare anche da noi se si cominciasse realmente ad attuare una politica di pronto intervento. Si potrebbe, ad esempio, ipotizzare di:

- Fornire precise indicazioni sulla lettura all'interno dei *curricola* di ogni ordine e grado, fino a coprire la fascia degli studi superiori e universitari;
- Creare e potenziare le strutture logistiche per favorire il libro e la lettura, vale a dire le biblioteche, non solo quelle statali e comunali, ma, anche e soprattutto, quelle scolastiche, attualmente le più neglette;
- Rivedere l'organizzazione dello studio e del lavoro all'interno degli edifici scolastici per consentire una vera fruizione del libro, che passi non solo attraverso la formazione canonica ma che entri anche nel tempo libero.

Per quanto riguarda il primo problema, la mia idea è che basterebbe dare precise indicazioni sulla necessità formativa della lettura, e quindi semplicemente "prescriverla", senza curarsi delle critiche di quanti pensano che debba esser solo un "piacere" riservato alle anime belle.

Per quanto riguarda il secondo problema, l'Italia è l'unico paese europeo che non prevede più, ormai da anni, la figura del bibliotecario scolastico. I pochi bibliotecari sopravvissuti ai tagli dell'organico, spesso provenienti dai ruoli della Provincia, a volte professori distaccati, sono stati quasi tutti assegnati al personale Ata delle segreterie, o semplicemente sono tornati a insegnare. Di conseguenza le biblioteche scolastiche sono affidate alla discontinua attività di docenti in servizio pieno nella didattica e, nonostante le belle iniziative e i miracoli della buona volontà di molti, sono pressoché lettera morta.

Terzo problema. L'Italia è l'unico paese europeo in cui vige un regolamento diffuso che non concede agli studenti e ai docenti nessuna libertà di movimento all'interno degli edifici scolastici. Come a dire che, anche se le biblioteche fossero pienamente funzionanti, studenti e docenti non potrebbero frequentarle, né di mattina, né di pomeriggio, e non solo per le carenze di spazi e di personale già segnalate. In Italia, infatti, le lezioni si svolgono sempre nella stessa aula, in cui si sosta per cinque o sei ore di seguito e senza

intervalli tra un'ora e l'altra di lezione, tranne le eccezioni dell'educazione fisica (e anche qui si aprirebbero casi pietosi), delle scienze o dell'informatica, raramente delle lingue.

Basti dire, a riprova di ciò, che, secondo il nostro ordinamento scolastico, quando un professore è assente, la classe deve essere "coperta" (il gergo scolastico la dice lunga sul senso) da un altro docente, chiamato a svolgere funzioni di sorveglianza.

I libri di lettura professori e studenti se li portano da casa, se vogliono. A piacer loro.

E a volte anche un po' di strafoto, come si è detto, rispetto al lavoro didattico canonico. Inutile aggiungere che, in queste condizioni di disagio strutturale e funzionale, si riduce qualunque campagna di acquisti e la promozione della lettura diventa il più delle volte una forma di comunicazione spettacolare in cui il grande assente è proprio il libro.

Le buone pratiche...

Che i lettori calino non sorprende più di tanto, se la pratica della lettura viene avvertita solo come il veloce intrattenimento di chi non vuol perdere tempo e se, nell'ottica del mercato, i libri proposti dalle case editrici sono sempre più allineati su questa lunghezza d'onda.

I professionisti della scrittura piana e veloce, giornalisti e sceneggiatori, sono infatti gli attuali veri protagonisti del mercato editoriale, in una nobile gara tra chi scrive un libro in una settimana e chi lo legge in un'ora sull'auto-bus, più o meno come leggerebbe un quotidiano.

È indubbio che chiunque ami realmente la musica desideri conoscerne il linguaggio. Perché mai non dovrebbe valere lo stesso principio per la lettura? Conciliare il sapere con il piacere è pratica troppo antica per essere spiegata.

Le "buone politiche di prevenzione" vorrebbero un uso massiccio del libro all'interno delle scuole in vari momenti e con diverse funzioni. Da un lato, non si dovrebbe rinunciare alla formazione e all'apprendimento in nome del piacere, mentre, dall'altro, ovviamente non si dovrebbe rinunciare al piacere in nome della formazione e dell'apprendimento. E soprattutto dovrebbero esistere gli spazi deputati alla lettura, attualmente pressoché inesistenti: le aule specialistiche, la biblioteca di classe, una biblioteca scolastica funzionante, alla quale non basta avere il catalogo in rete o dei professori volontari per svolgervi delle attività, quando mancano le condizioni primarie di partenza di cui si è qui ampiamente discusso.

A riprova di quanto le buone pratiche diano buoni risultati basta osservare, nella ricerca dell'Ipsos, il numero dei lettori di buona istruzione e buon reddito che cresce, passando da 27 a 29 milioni, soprattutto in centro Italia e in particolare a Roma, dove evidentemente si concentrano molte iniziative istituzionali e commerciali.

È vero, ad esempio, che a Roma le biblioteche pubbliche, specialmente quelle comunali, distribuite capillarmente in tutti i quartieri, sono piene di giovani in tutte le ore del giorno. Nessuno riflette a sufficienza sulle ragioni che spingono tanti giovani a frequentarle, quasi sempre gli stessi usciti pochi anni prima dal liceo dietro l'angolo. Basta osservare, ad esempio, il movimento della biblioteca Rispoli lungo via della Gatta, a Roma, e l'assenza di studenti all'interno della biblioteca scolastica di uno storico liceo, a pochi passi di distanza.

Sulle librerie cittadine, poi, cosa dire se non che aumentano, che sono sempre più belle e affollate di gente di tutte le età, che sono accoglienti, ben fornite e che quindi attraggono come una calamita? Libri impilati con copertine variopinte, scaffali e scaffali ripartiti per generi, banchi stracolmi e accessibili al lettore curioso che, prima di comprare, vuol leggere l'inizio o il risvolto di copertina. L'angolo per le presentazioni e spesso quello del bar con i tavolini per leggiucchiare comodamente bevendo un caffè.

Forse è venuto il momento di cominciare a sognare che tutto questo avvenga anche nelle aule scolastiche e universitarie, dove oggi circolano solo pacchi di fotocopie e manuali a brandelli.

L'INFORMAZIONE LIBRARIA DALL'OSSERVATORIO DI UN UFFICIO STAMPA

SEI DOMANDE A LAURA LISCI
(ZANICHELLI)

- Trova dei cambiamenti sostanziali nel modo di fare informazione dell'editore rispetto agli anni scorsi? In questo senso è cambiato qualcosa nel suo lavoro?

Il lavoro dell'Ufficio Stampa, che consiste nell'informare sulle novità editoriali, comunicandone contenuti e destinazione ai diversi media, è decisamente cambiato negli anni, al pari di come sono cambiati i mezzi di comunicazione stessi. L'accelerazione, dovuta sia a una maggior produzione editoriale che a un "consumo" di prodotto editoriale più veloce, il moltiplicarsi di attività di promozione non sempre pertinenti al prodotto editoriale, che provocano affollamento e distrazioni, hanno dato luogo a importanti cambiamenti, che all'analisi dei risultati è difficile definire positivi.

- Che incidenza hanno i nuovi media nella promozione di un libro?

I nuovi media sono ormai imprescindibili nella comunicazione editoriale. La rete trasmette informazione e la diffonde moltiplicandola, con tempi di permanenza e ramificazioni spesso non verificabili. E' quindi difficile programmare una campagna di comunicazione come quella destinata alla carta stampata o a media non più nuovi come la radio o la televisione. Ma, pur non potendo "catturare" i risultati - dato importante per ogni Ufficio Stampa - si deve prevederne l'utilizzo.

- Come sono cambiate le pagine culturali dei giornali e l'informazione libraria in genere?

Le pagine culturali dei giornali sono cambiate e stanno cambiando in modo significativo. Le pagine dedicate alle recensioni dei libri nuovi sono sempre più infrequenti, in alcuni casi sono concentrate in una unica giornata, o raccolte in supplemento periodico. Il libro nuovo da recensire sembra non avere più nessun *appeal* per i responsabili delle pagine culturali, che preferiscono istruire dibattiti o realizzare monografie su temi non sempre di grande respiro.

Certamente i giornali hanno avvertito la necessità di avvicinarsi il più possibile al mezzo televisivo e hanno introdotto immagini di grande formato che

spesso prendono il sopravvento sullo scritto, ma che danno l'impressione al lettore di avere molto di più. Anche la raccolta della pubblicità pagata dagli investitori e l'autopubblicità che ormai ogni giornale fa, dedicando grandi spazi ai propri prodotti collaterali venduti in edicola, ha determinato il cambiamento dei giornali, lasciando sempre meno spazio alle pubblicazioni editoriali.

- Qual è il tipo di informazione libraria che avete riscontrato essere più efficace?

Credo che sia molto importante distinguere tra libro e libro. Il genere del libro e la sua destinazione determina - o dovrebbe determinare - il tipo di comunicazione che si sceglie, e i risultati che si possono ottenere. L'informazione sulle opere di consultazione, che sono la parte più importante del nostro catalogo, è più efficace se consente un colloquio (intervista scritta, o radiofonica, o televisiva), perché dà modo di argomentare su un prodotto editoriale le cui novità devono essere descritte e motivate.

- Quali difficoltà incontra oggi nel suo lavoro e come sono cambiati i rapporti con i giornalisti?

Mi ricollego a quanto ho già detto prima. I giornalisti che lavorano per le pagine culturali sono sempre più chiamati a fare di quelle pagine spazi di riflessione e di saggismo piuttosto che di informazione libraria, quasi che parlare di un singolo libro sia troppo poco. Questo a mio avviso dipende anche dal fatto che sempre di più ci si serve di collaborazioni esterne - principalmente docenti universitari - e sempre meno scrivono gli stessi giornalisti, i quali a mio avviso sono i migliori comunicatori editoriali.

Mi trovo spesso a rimpiangere ottimi articoli o recensioni di libri fatti dagli stessi giornalisti delle pagine culturali, a sollecitarli per sentirmi dire che non c'è tempo... quindi viene da pensare che la macchina del giornale tolga o assorba energie, perché curiosamente, quando essi lasciano il giornale, per ragioni di pensionamento o altro, riprendono a scrivere. Gli stessi, infatti, richiesti di scrivere del prodotto editoriale che promuove il giornale, dimostrano appunto quanto il giornalista sia il miglior informatore librario.

La maggior difficoltà che si avverte oggi nei rapporti con i giornalisti è, banalmente, la difficoltà di raggiungerli telefonicamente, perché si difendono dalle infinite sollecitazioni di uffici stampa che propongono temi o progetti non adatti a quella testata. Paradossalmente, nell'epoca della comunicazione si comunica con sempre più difficoltà e sempre meno in maniera diretta, ma tramite messaggi, e-mail, segreterie telefoniche, ecc.

Sono certa, per la mia esperienza, che il giornalista abbia bisogno dell'Ufficio Stampa editoriale che lo informa correttamente, e con il quale avere uno scambio, così come l'Ufficio Stampa ha bisogno del giornalista. I miei rapporti con i giornalisti sono improntati a questo, a uno scambio utile di informazioni nei due sensi.

- Che cosa può dire delle recensioni e segnalazioni librerie? Sono aumentate? Sono diminuite? Si sono trasformate?

C'è purtroppo da rilevare che gli spazi per recensioni e segnalazioni librerie sono diminuiti e che le pagine si sono trasformate, come dicevo sopra. Quanto ai supplementi culturali, è capitato che si ritenesse di arricchirli e renderli "più" appetibili con recensioni di generi diversi, come ristoranti o luoghi di villeggiatura.

(Intervista a cura di Lorenzo Ermini)

LA "FRAGRANZA" DEL DIRITTO D'AUTORE IN MARGINE AL TEMA DELLA CREATIVITÀ E DELLA SUA TUTELA

Antonio Parente*

Nel giugno 2006 l'Alta Corte olandese ha riconosciuto la tutelabilità della fragranza di un profumo, e con ciò la dignità per la stessa di opera dell'intelletto frutto di creazione artistica.

In realtà, la formula di un profumo non è altro che una formula chimica, che produce effetti olfattivi unicamente con la sua attuazione, mediante un processo di produzione industriale o artigianale.

In tal senso nell'ordinamento giuridico italiano – che pure risente della evoluzione normativa comunitaria - appare più appropriata per i profumi, in luogo della tutela autorale, la tutela offerta dalla normativa in materia di brevetti (essendo oggetto di brevetto la formula chimica del profumo), contenuta sia nel Codice civile sia nel Codice della proprietà industriale.

I fatti descritti nella sentenza dell'Alta corte olandese vedono come protagonista una famosa casa di cosmetici francese, che ha messo in commercio un noto profumo la cui fragranza è simile a quella del profumo prodotto e messo in vendita – ad un prezzo pari ad un decimo di quello francese – da una piccola ditta olandese¹.

L'Alta Corte olandese ha distinto la fragranza di un profumo dalla sua formula o dal liquido che la contiene, paragonando quest'ultimo alla carta di un libro che non è oggetto di tutela del diritto d'autore mentre lo è il contenuto del libro. Tale distinzione implica che un profumo che contiene ingredienti completamente diversi da un altro ma ne ha la stessa fragranza possa violare il diritto d'autore, mentre un profumo che possiede una formula simile a quella di un altro ma una fragranza diversa non lo violerebbe.

Il riconoscimento di questo tipo di tutela, ovviamente, potrebbe avere spiacevoli conseguenze. Il diritto d'autore, per esempio, assicura a chi ne è tutelato che la sua opera non venga esposta al pubblico senza aver ottenuto la preventiva autorizzazione da parte del titolare dei diritti, e questo potrebbe voler dire che chiunque abbia indosso in pubblico un profumo dovrebbe, per assurdo, avere con sé una autorizzazione per non incorrere nella violazione dei diritti d'autore.

La legge sul diritto d'autore olandese, sulla base della quale l'Alta Corte ha riconosciuto la tutelabilità della fragranza di un profumo, non contiene una lista esaustiva di ciò che è materia tutelabile ai sensi del diritto d'autore. Può

* Con la collaborazione di Marialaura Pulimanti.

¹ HR, June 16, 2006, LJN, AU8940, Kecofa\Lancome.

essere sottoposto a tutela tutto ciò che sia intelligibile e originale, laddove per originalità si intende non il fatto che il prodotto sia completamente nuovo ma che l'autore vi abbia messo creatività.

Il suesposto principio trova accoglimento anche nell'ordinamento giuridico italiano, dal momento che, per il combinato disposto dell'art. 2575 del codice civile e dell'art. 1 della legge n. 633/41, formano oggetto del diritto d'autore "le opere dell'ingegno aventi carattere creativo che appartengono alle scienze [questo riferimento manca però all'art. 1 della legge sul diritto d'autore], alla letteratura, alla musica, alle arti figurative, all'architettura, al teatro e alla cinematografia, qualunque ne sia il modo o la forma di espressione".

In particolare, l'art. 2 della Legge n. 633/41 contiene una elencazione delle opere tutelabili, che dottrina e giurisprudenza considerano meramente esemplificativa, consentendo con ciò di comprendere nella protezione categorie di opere non espressamente previste dal legislatore.

Tre sono dunque gli elementi essenziali che deve presentare un'opera per essere protetta in Italia²:

1) *Creatività*. Il concetto di creatività non è definito omogeneamente dalla dottrina e dalla giurisprudenza. In termini generali, il carattere creativo viene ricondotto ai concetti di *novità* e *originalità*. La dottrina tradizionale, che ottiene il maggior riscontro nelle pronunce giurisprudenziali, differenzia il requisito dell'*originalità* da quello della *novità*. Per la dottrina e la giurisprudenza più recente il concetto di "novità" non deve essere inteso in senso assoluto, poiché è facile ravvisare anche in opere di altissima levatura la traccia di precedenti creazioni altrui e pertanto l'opera dell'ingegno ha carattere creativo quando reca l'impronta della personalità dell'autore, riflettendone il modo personale di rappresentare ed esprimere fatti, idee e sentimenti, e presenta delle caratteristiche individuali che rivelino l'apporto di un determinato autore;

2) *Forma espressiva*. È necessario che l'attività creativa, per godere di tutela, si concretizzi in una forma percepibile, che non rimanga a livello di mero pensiero.

Secondo alcuni non occorre che l'opera venga fissata su un supporto materiale, essendo sufficiente, per esempio, per le opere letterarie, anche una semplice comunicazione orale.

Il fatto che l'opera non sia stata ancora fissata materialmente determina alcune conseguenze riguardo alla percettibilità o meno della sua comunicazione e pone inoltre un serio problema riguardo alla prova della sua esistenza. Per esempio, nel caso di opera comunicata solo attraverso onde sonore (linguaggio, musica), si ritiene che la protezione si può ottenere quando almeno una volta vi è stata percezione da un soggetto diverso dall'autore.

² Gino Galtieri, *Protezione del diritto d'autore e dei diritti connessi*, Roma, Presidenza del Consiglio dei ministri - Servizi informazioni e proprietà letteraria, 1980.

Qual è l'oggetto della tutela? Autorevole dottrina opera una distinzione tra forma esterna, forma interna e contenuto. La forma esterna è la forma con cui l'opera appare nella sua versione originaria (insieme di parole e frasi nelle opere letterarie, nella melodia, ritmo e armonia nell'opera musicale, ecc.), mentre la forma interna è la struttura espositiva dell'opera (l'organizzazione del discorso, la scelta e la sequenza degli argomenti nell'opera letteraria, i passaggi essenziali del discorso musicale e nelle note determinanti la linea melodica nell'opera musicale, ecc.). Il contenuto è l'argomento trattato, le informazioni, i fatti, le idee, le opinioni, le teorie in quanto tali, a prescindere dal modo in cui essi sono scelti, coordinati e presentati. Secondo tale tesi, la tutela ha per oggetto sia la forma esterna che interna, ma non il contenuto. Quindi il diritto d'autore protegge la forma espressiva dell'opera, e non si estende al contenuto.

Più in generale, dottrina e giurisprudenza hanno affermato che non sono suscettibili di protezione né le semplici idee, né forme espressive elementari non idonee a rappresentare fatti o sentimenti;

3) *Appartenenza dell'opera ad una delle categorie (arte, cinema, teatro, ecc.) indicate sia nell'art. 2575 del codice civile sia nell'art.1 della Legge 22 Aprile 1941, n.633 .*

Ciò stante, la costante elaborazione giurisprudenziale ha ritenuto tutelabili dal diritto d'autore anche, fra gli altri³:

1) "Il regolamento e lo schema di un gioco o concorso a premi, quando lo schema di esso, che ne costituisce la parte originale ed essenziale, riveli, attraverso la peculiarità e gli accorgimenti impiegati nella combinazione degli elementi essenziali, i segni caratteristici dello sforzo creativo";

2) Il format televisivo inteso "come schema di programma televisivo costituito essenzialmente dall'indicazione di una sequenza di azioni, avvenimenti, eventi organizzati intorno a determinati contenuti, al fine di dare luogo ad una rappresentazione di carattere unitario che può, di volta in volta, avere un proprio contenuto ludico, drammatico, didattico e di altro tipo";

Il format televisivo deve presentare una sua espressione formale mediante la predeterminazione di tutti gli elementi necessari alla realizzazione concreta della trasmissione televisiva, tra i quali i principali sono: le scene, i luoghi, la linea tematica, le regole del gioco, le scenografie, le caratteristiche del conduttore, dei protagonisti, e le modalità di successione delle varie fasi della trasmissione. Tale definizione, elaborata dall'Ufficio studi della Siae, è stata ripresa dall'Autorità garante per le Comunicazioni con una propria delibera.

3) Un catalogo di merci "quando l'esposizione presenti elementi apprezzabili di creatività, consistenti nella sistemazione ed organizzazione delle notizie in base a criteri dotati di una certa originalità, e non in base a semplici criteri alfabetici e cronologici" (Cass. 19 luglio 1990, n. 7397).

³ Cfr. www.dirittodautore.it

Sulla base dei parametri normativi sopra indicati, pertanto, l'interprete di volta in volta, caso per caso, è stato chiamato a verificare l'originalità e la creatività di un'opera.

Nel caso di specie, nel nostro ordinamento la tutela della fragranza di un profumo, in base alla normativa sul diritto d'autore, appare alquanto dubbia, anche perché la realizzazione del profumo, o meglio della relativa fragranza, non sembra appartenere né al genere letterario né a una delle forme d'arte tutelate dalla legge, a meno che non si voglia dilatare oltremodo la nozione e la portata stessa del termine "arte".

Per escludere la possibilità di protezione di un profumo come oggetto di diritto d'autore sono stati adottati diversi argomenti, anche se non sempre decisivi: si è detto che il profumo è qualcosa di evanescente e non agevolmente identificabile in quanto mancherebbe quella concretezza di espressione formale che si richiede per la tutela del diritto d'autore. In proposito, in un recente scritto Mario Fabiani, docente all'Università "La sapienza" di Roma, ha evidenziato il contrasto tra alcune pronunce dei giudici francesi degli Anni Settanta del secolo scorso - nelle quali fu esclusa la tutela autorale al profumo in quanto miscela di essenze naturali, di prodotti sintetici e di componenti scientifiche, percepibile solo dall'olfatto - e successive pronunce degli Anni Novanta, che hanno evidenziato come "la creazione di nuovi profumi è il risultato di una effettiva ricerca artistica"⁴.

In tal senso, c'è stato chi ha equiparato la struttura del profumo a quella di una composizione musicale, anche se in realtà la formula del profumo è una formula chimica che produce effetti olfattivi unicamente con la sua attuazione mediante un processo di produzione industriale o artigianale. Quanto poi alla soggettività della sensazione estetica creata dal profumo, è da aggiungere che la stessa si personalizza in relazione al soggetto che ne fa uso.

È qui che, secondo il Fabiani, il profumo svelerebbe il suo carattere funzionale e in qualche modo subalterno, in quanto non avrebbe l'autonomia estetica dell'opera d'arte. Il profumo, infatti, una volta usato, subisce una metamorfosi, costituendo una componente della individualità della persona che lo indossa, che non ne dà una interpretazione, come nel caso dell'opera musicale, ma ne fa un qualcosa di suo, di assolutamente personale.

In proposito, sempre nel giugno 2006, la Suprema Corte francese ha stabilito che un profumo di Dior, *Dune*, non può essere tutelato dal diritto d'autore ed ha equiparato i *parfumeurs* a semplici artigiani, piuttosto che ad artisti veri e propri⁵.

Nel nostro ordinamento appare più appropriata per i profumi la tutela offerta dalla normativa in materia di brevetti, contenuta sia nel Codice civile (art. 2585 e ss.) sia nel Codice della proprietà industriale, emanato con il D.Lgs. n. 30/2005. Ai sensi del Codice civile, infatti, possono costituire oggetto di brevetto le nuove

⁴ M. Fabiani, *La protezione del profumo tra marchio d'impresa e diritto d'autore*, in "Il diritto d'autore", 3/2005. La stessa "sensibilità soggettiva dell'odore non permette di dare una forma artistica caratteristica od originale suscettibile di essere tecnicamente descritta".

⁵ Cdc, Arret No 1006, June 13, 2006 Nejla X c. Sac. Haarmann & Reimer.

invenzioni atte ad avere una applicazione industriale, quali un metodo o un processo di lavorazione industriale, una macchina, uno strumento, un utensile o un dispositivo meccanico, un prodotto o un risultato industriale e l'applicazione tecnica di un principio scientifico, purché dia immediati risultati industriali.

In particolare, va detto che, se si mette a punto un nuovo prodotto, esso può essere validamente protetto solo con il deposito di una domanda di brevetto, con lo scopo di impedire che altri possano realizzare la stessa invenzione. Possono formare oggetto di brevetto le invenzioni industriali che abbiano i requisiti della novità, della liceità e dell'applicabilità industriale. Nel caso di specie, oggetto di brevetto è la formula chimica del profumo.

A differenza del brevetto, il marchio costituisce, invece, un segno distintivo del prodotto e non serve a proteggere la soluzione tecnica dello stesso, bensì solo a renderlo riconoscibile sul mercato. Il marchio deve essere registrato per essere idoneo a distinguere prodotti o servizi a vantaggio del titolare, deve possedere i requisiti della novità, distintività e liceità, deve essere suscettibile di essere rappresentato graficamente.

Il brevetto ed il marchio sono due forme di protezione molto diverse tra loro e riguardano oggetti distinti, anche se in base al tipo di soluzione messa a punto sono possibili forme alternative o cumulative di tutela.

La legislazione comunitaria in materia di marchi stabilisce che qualsiasi "segno" suscettibile di carattere distinto può essere registrato, purché possa essere rappresentato graficamente. La registrazione del marchio non è quindi limitata alle sole parole o ai simboli. Sono suscettibili di registrazione anche segni visivi (come i colori), e segni non visivi (quali i profumi, gli odori, i suoni e i rumori); questi ovviamente presentano maggiori difficoltà di rappresentazione grafica a causa della loro intrinseca natura immateriale.

In proposito, però, la Corte di giustizia delle Comunità Europee ha ritenuto che possa essere registrato come marchio un segno che di per sé non è suscettibile di essere percepito visivamente, a condizione che possa essere oggetto di una rappresentazione grafica - mediante figure, linee o caratteri - chiara, precisa, facilmente accessibile, intellegibile, durevole ed oggettiva (Sent. Corte di giustizia del 27.11.2003, C-283/01, caso Shield Mark).

Con riferimento ai segni olfattivi (profumi, odori), in alcuni casi l'Uami (l'Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno) ha ritenuto sufficiente la descrizione del profumo attraverso l'uso di espressioni quali: "l'odore dell'erba appena tagliata", "il profumo di lamponi". Queste espressioni permetterebbero infatti agli interessati di ottenere un'idea immediata ed inequivocabile del segno distintivo che costituisce l'oggetto dal marchio.

Analogamente, nel Regno Unito, lo United Kingdom Trade mark registry ha autorizzato la registrazione di due marchi olfattivi: l'odore di rosa, in riferimento a pneumatici (marchio n. 2001416), e l'odore di birra, per distinguere freccette (marchio n. 2000234). Ciononostante, la prassi rispetto a tale tipo di marchi sta cambiando, dal momento che il Trade mark registry, con decisione 16 giugno 2000, confermata il 19 dicembre dello stesso anno, pronunciata a seguito di ricorso, ha negato l'iscrizione di un marchio consistente nell'aroma o essenza di cannella per identificare mobili e suoi accessori (n. 2000169).

In base alla elaborazione giurisprudenziale italiana e comunitaria, per poter costituire un marchio d'impresa non è sufficiente che i segni «siano adatti a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di altre imprese».

Gli stessi, infatti, devono poter essere «riprodotti graficamente» per il principio di certezza del diritto. Non è, però, sufficiente una qualsiasi rappresentazione grafica, ma è necessario che vengano soddisfatte due condizioni: la prima, che la rappresentazione sia completa chiara e precisa; la seconda che essa sia comprensibile a coloro che possono essere interessati a consultare il registro, ossia gli altri produttori e i consumatori. Idoneità a distinguere e capacità di riproduzione grafica sono due elementi che convergono unitariamente allo stesso scopo: cioè a che i potenziali acquirenti sul mercato possano scegliere i prodotti in funzione della loro origine⁶.

In tal senso, in più occasioni in dottrina è stato evidenziato che un segno olfattivo difficilmente può essere riprodotto graficamente con precisione e chiarezza per tutti, anche perché di fatto la formula chimica non rappresenta l'odore di una sostanza, bensì la sostanza stessa e quindi sarebbero i componenti chimici e le precise proporzioni per ottenere un determinato prodotto ciò che resterebbe oggetto di registrazione, mai però il segno olfattivo.

La Corte di Giustizia UE nella causa Sieckemann (causa C-273/2000) con sentenza del 12 dicembre 2002, si è pronunciata sul quesito se un segno olfattivo possa costituire oggetto di marchio di impresa. Nella sentenza si fa espresso richiamo all'art. 2 della Direttiva del Consiglio del 21 dicembre 1998, 89/104/Cee. Detto articolo, secondo la Corte, deve essere interpretato in base al principio secondo cui i segni possono costituire marchi di impresa, anche se di per sé sono suscettibili di essere percepiti visivamente, a condizione che essi possano «formare oggetto di una rappresentazione grafica, che sia chiara, precisa, completa, facilmente accessibile, intelligibile, durevole ed oggettiva».

Per la Corte, in presenza di un segno olfattivo «i requisiti di rappresentazione grafica non sono soddisfatti attraverso una formula chimica, mediante una descrizione formulata per iscritto, con il deposito del campione di un odore o attraverso una combinazione di tali elementi».

Nella causa Sieckemann contro Deutsches patent und markenamt, però, l'avvocato generale della Corte di giustizia delle Comunità Europee ha evidenziato che la circostanza che nell'ordinamento giuridico comunitario l'Ufficio per l'armonizzazione del mercato interno abbia autorizzato la registrazione del marchio «profumo dell'erba appena tagliata» per identificare determinate palline da tennis, costituisce probabilmente una «perla nel deserto», «una decisione isolata senza seguito».

Così facendo, di fatto la Corte di giustizia ha decretato la quasi totale impossibilità di registrare nel futuro marchi olfattivi in Europa⁷.

⁶ G. Sena, *Il nuovo diritto dei marchi*, Giuffrè, 3^a ed., 2001.

⁷ Mario Fabiani, *op. cit.*

ISTAT: LA PRODUZIONE LIBRARIA NEL 2006

I dati provvisori della produzione libraria 2006 – confrontati con i dati provvisori 2005 – confermano la tendenza all'aumento del numero dei titoli pubblicati (+4,5%). Il che significa che, a dati definitivi, supereremo abbondantemente i 62.000 titoli tra novità, nuove edizioni e ristampe: una media di oltre 170 libri al giorno, in linea con la produzione di tutti i paesi editorialmente avanzati, ma in eccesso rispetto alle possibilità di assorbimento del nostro mercato.

Le novità aumentano del 4%, ma soprattutto è significativo l'incremento delle ristampe (+5,3%). Un vero balzo in avanti si registra nella letteratura per ragazzi (+28,4%): e anche questo è un buon segnale. Diminuiscono invece le traduzioni di quasi tre punti percentuali (dal 25,3 al 22,4%), in particolare dall'inglese (-2,4%).

Aumenta in misura notevole il numero dei libri fino a 48 pagine (+20,5%), mentre sono stabili o in lieve crescita le foliazioni oltre le 200 pagine. In calo, invece, le opere con i prezzi di fascia più bassa: oltre il 30% di quello che si pubblica non supera comunque i 10 euro. (g.v.)

Tavola 1 - Opere pubblicate, tiratura totale e tiratura media per tipo di edizione, genere e classi di prezzo - Anni 2005 e 2006
(tiratura complessiva in migliaia di copie e composizione percentuale) (a)

| TIPI DI EDIZIONE GENERI CLASSI DI PREZZO | 2005 | | | 2006 | | | Composizioni percentuali (d) | | | |
|--|------------------|-----------------|--------------------------|------------------|-----------------|--------------------------|------------------------------|--------------|-----------------|--------------|
| | Opere pubblicate | Tiratura totale | Tiratura media per opera | Opere pubblicate | Tiratura totale | Tiratura media per opera | Opere pubblicate | | Tiratura totale | |
| | | | | | | | 2005 | 2006 | 2005 | 2006 |
| TIPI DI EDIZIONE (b) | | | | | | | | | | |
| Prime edizioni | 37.694 | 159.464 | 4.236 | 35.132 | 142.802 | 4.065 | 63,7 | 63,1 | 60,2 | 58,5 |
| Edizioni successive | 3.453 | 21.053 | 6.097 | 3.332 | 16.315 | 4.896 | 5,3 | 6,0 | 6,9 | 6,7 |
| Ristampe | 18.596 | 80.537 | 4.331 | 17.183 | 85.042 | 4.949 | 31,0 | 30,9 | 32,9 | 34,8 |
| Totale | 59.743 | 261.054 | 4.373 | 55.647 | 244.159 | 4.388 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| GENERI DI OPERA | | | | | | | | | | |
| Opere scolastiche (c) | 6.258 | 53.339 | 8.523 | 4.562 | 44.579 | 9.772 | 8,3 | 8,2 | 19,2 | 18,3 |
| Opere per ragazzi | 3.718 | 25.469 | 6.850 | 4.125 | 32.685 | 7.924 | 6,3 | 7,4 | 9,4 | 13,4 |
| Opere di varia adulti | 49.767 | 182.246 | 3.666 | 46.960 | 166.895 | 3.554 | 85,4 | 84,4 | 71,5 | 68,4 |
| Totale | 59.743 | 261.054 | 4.373 | 55.647 | 244.159 | 4.388 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

segue: Tavola 1 - Opere pubblicate, tiratura totale e tiratura media per tipo di edizione, genere e classi di prezzo - Anni 2005 e 2006 (tiratura complessiva in migliaia di copie e composizione percentuale) (a)

| TIPI DI EDIZIONE GENERI CLASSI DI PREZZO | 2005 | | | 2006 | | | Composizioni percentuali (d) | | | |
|--|------------------|-----------------|--------------------------|------------------|-----------------|--------------------------|------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| | Opere pubblicate | Tiratura totale | Tiratura media per opera | Opere pubblicate | Tiratura totale | Tiratura media per opera | Opere pubblicate | Opere pubblicate | Tiratura totale | Tiratura totale |
| | | | | | | | 2005 | 2006 | 2005 | 2006 |
| CLASSI DI PREZZO | | | | | | | | | | |
| Fino a 2,50 euro | 1.868 | 22.194 | 11.881 | 891 | 9.308 | 10.447 | 2,2 | 1,6 | 5,0 | 3,8 |
| Da 2,51 a 5,00 | 3.066 | 28.423 | 9.273 | 2.661 | 25.342 | 9.523 | 5,3 | 4,8 | 11,1 | 10,4 |
| Da 5,01 a 7,50 | 5.164 | 27.567 | 5.338 | 4.329 | 25.646 | 5.924 | 8,8 | 7,8 | 10,7 | 10,5 |
| Da 7,51 a 10,00 | 10.153 | 38.342 | 3.782 | 9.665 | 37.652 | 3.896 | 17,0 | 17,4 | 15,0 | 15,4 |
| Da 10,01 a 15,00 | 13.081 | 42.561 | 3.259 | 12.527 | 42.610 | 3.401 | 22,0 | 22,5 | 17,1 | 17,5 |
| Da 15,01 a 20,00 | 9.638 | 41.567 | 4.315 | 9.137 | 38.602 | 4.225 | 16,3 | 16,4 | 16,6 | 15,8 |
| Oltre 20,00 | 14.555 | 47.951 | 3.296 | 14.792 | 56.342 | 3.809 | 25,0 | 26,6 | 19,4 | 23,1 |
| Opere gratuite | | | | | | | | | | |
| o fuori commercio | 2.218 | 12.449 | 5.613 | 1.645 | 8.656 | 5.262 | 3,5 | 3,0 | 5,1 | 3,5 |
| Totale | 59.743 | 261.054 | 4.373 | 55.647 | 244.159 | 4.388 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(a) I dati del 2005 sono definitivi. Per il 2006 i dati sono provvisori e si riferiscono al 71,2% del numero complessivo degli editori presenti nell'archivio di rilevazione; i dati definitivi, non appena disponibili, saranno diffusi on line e pubblicati nelle collane "Annuari" dell'Istat.

(b) Per "prima edizione" si intende la prima pubblicazione di un manoscritto in lingua originale o tradotto, per "edizione successiva" quella che si differenzia dalle precedenti per modifiche apportate nel testo originale o per variazioni nella veste tipografica e per "ristampa" l'edizione che non comporta alcuna modifica rispetto all'edizione precedente.

(c) Esclusi i testi universitari ed i parascolastici, compresi nelle opere di varia adulti.

(d) Per consentire una maggiore confrontabilità tra i dati provvisori del 2006 e quelli dell'anno precedente, le composizioni percentuali sono state calcolate prendendo come riferimento i valori relativi al sottoinsieme degli editori che risultano rispondenti per entrambi gli anni. In particolare, i valori percentuali del 2005 sono calcolati rispettivamente su un totale di 50.279 opere e una tiratura di 210.054 migliaia di copie.

Tavola 2 - Opere pubblicate, pagine e tiratura per genere e lingua originale - Anno 2006 (pagine e tiratura in migliaia) (a)

| LINGUE ORIGINALI | Scolastiche | | | Per ragazzi | | | Varia adulti | | | Totale | | |
|--------------------------------------|-------------|--------|----------|-------------|--------|----------|--------------|--------|----------|--------|--------|----------|
| | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura |
| DATI ASSOLUTI | | | | | | | | | | | | |
| OPERE PUBBLICATE IN LINGUA ORIGINALE | 4.344 | 2.116 | 43.732 | 2.696 | 256 | 23.019 | 36.146 | 9.604 | 125.043 | 43.186 | 11.976 | 191.794 |
| di cui: | | | | | | | | | | | | |
| <i>in italiano</i> | 3.568 | 1.839 | 36.982 | 2.607 | 246 | 22.743 | 34.813 | 9.309 | 123.362 | 40.988 | 11.395 | 183.088 |
| <i>in dialetto italiano</i> | 1 | .. | 1 | 3 | .. | 1 | 53 | 10 | 44 | 57 | 11 | 46 |
| <i>in altre lingue</i> | 775 | 277 | 6.749 | 86 | 9 | 274 | 1.280 | 285 | 1.637 | 2.141 | 571 | 8.660 |

segue: Tavola 2 - Opere pubblicate, pagine e tiratura per genere e lingua originale - Anno 2006 (pagine e tiratura in migliaia) (a)

| LINGUE ORIGINALI | Scolastiche | | Per ragazzi | | | Varia adulti | | | Totale | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura |
| DATI ASSOLUTI | | | | | | | | | | | | |
| OPERE | | | | | | | | | | | | |
| TRADOTTE (b) | 218 | 66 | 847 | 1.429 | 179 | 9.666 | 10.814 | 3.262 | 41.852 | 12.461 | 3.507 | 52.365 |
| di cui: | | | | | | | | | | | | |
| <i>dall'inglese</i> | 89 | 31 | 348 | 1.022 | 143 | 7.992 | 5.179 | 1.745 | 23.203 | 6.290 | 1.919 | 31.543 |
| <i>dal francese</i> | 16 | 4 | 44 | 219 | 17 | 961 | 1.366 | 375 | 4.418 | 1.601 | 396 | 5.423 |
| <i>dal tedesco</i> | 12 | 2 | 18 | 77 | 7 | 327 | 925 | 243 | 2.799 | 1.014 | 252 | 3.144 |
| <i>dall'italiano</i> | 85 | 21 | 369 | 46 | 2 | 73 | 1.957 | 410 | 5.735 | 2.088 | 434 | 6.178 |
| <i>dal dialetto italiano</i> | - | - | - | - | - | - | 14 | 2 | 10 | 14 | 2 | 10 |
| <i>dallo spagnolo</i> | 2 | 1 | 8 | 17 | 2 | 80 | 302 | 90 | 1.614 | 321 | 93 | 1.702 |
| <i>dal latino</i> | | | | | | | | | | | | |
| <i>e greco antico</i> | 7 | 5 | 46 | 7 | .. | 50 | 339 | 139 | 890 | 353 | 145 | 985 |
| <i>da lingue slave</i> | - | - | - | 3 | 1 | 10 | 119 | 32 | 304 | 122 | 33 | 314 |
| <i>da altre lingue</i> | 4 | 2 | 10 | 37 | 5 | 170 | 472 | 148 | 2.545 | 513 | 156 | 2.725 |
| <i>da più lingue</i> | 3 | .. | 4 | 1 | .. | 3 | 141 | 76 | 335 | 145 | 77 | 342 |
| Totale | 4.562 | 2.182 | 44.579 | 4.125 | 435 | 32.685 | 46.960 | 12.866 | 166.895 | 55.647 | 15.483 | 244.159 |
| COMPOSIZIONI PERCENTUALI | | | | | | | | | | | | |
| OPERE PUBBLICATE | | | | | | | | | | | | |
| IN LINGUA | | | | | | | | | | | | |
| ORIGINALE | 95,2 | 97,0 | 98,1 | 65,4 | 58,9 | 70,4 | 77,0 | 74,6 | 74,9 | 77,6 | 77,3 | 78,6 |
| di cui: | | | | | | | | | | | | |
| <i>in italiano</i> | 78,2 | 84,3 | 83,0 | 63,2 | 56,6 | 69,6 | 74,1 | 72,4 | 73,9 | 73,7 | 73,6 | 75,0 |
| <i>in dialetto italiano</i> | .. | .. | .. | 0,1 | .. | .. | 0,1 | 0,1 | .. | 0,1 | 0,1 | .. |
| <i>in altre lingue</i> | 17,0 | 12,7 | 15,1 | 2,1 | 2,1 | 0,8 | 2,7 | 2,2 | 1,0 | 3,8 | 3,7 | 3,5 |
| OPERE TRADOTTE (b) | 4,8 | 3,0 | 1,9 | 34,6 | 41,1 | 29,6 | 23,0 | 25,4 | 25,1 | 22,4 | 22,7 | 21,4 |
| di cui: | | | | | | | | | | | | |
| <i>dall'inglese</i> | 2,0 | 1,4 | 0,8 | 24,8 | 32,9 | 24,5 | 11,0 | 13,6 | 13,9 | 11,3 | 12,4 | 12,9 |
| <i>dal francese</i> | 0,4 | 0,2 | 0,1 | 5,3 | 3,9 | 2,9 | 2,9 | 2,9 | 2,6 | 2,9 | 2,6 | 2,2 |
| <i>dal tedesco</i> | 0,3 | 0,1 | .. | 1,9 | 1,6 | 1,0 | 2,0 | 1,9 | 1,7 | 1,8 | 1,6 | 1,3 |
| <i>dall'italiano</i> | 1,9 | 1,0 | 0,8 | 1,1 | 0,5 | 0,2 | 4,2 | 3,2 | 3,4 | 3,8 | 2,8 | 2,5 |
| <i>dal dialetto italiano</i> | - | - | - | - | - | - | .. | .. | .. | .. | .. | .. |
| <i>dallo spagnolo</i> | .. | .. | .. | 0,4 | 0,5 | 0,2 | 0,6 | 0,7 | 1,0 | 0,6 | 0,6 | 0,7 |
| <i>dal latino e greco antico</i> | 0,2 | 0,2 | 0,1 | 0,2 | .. | 0,2 | 0,7 | 1,1 | 0,5 | 0,6 | 0,9 | 0,4 |
| <i>da lingue slave</i> | - | - | - | 0,1 | 0,2 | .. | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
| <i>da altre lingue</i> | 0,1 | 0,1 | .. | 0,9 | 1,1 | 0,5 | 1,0 | 1,2 | 1,5 | 0,9 | 1,0 | 1,1 |
| <i>da più lingue</i> | 0,1 | .. | .. | .. | .. | .. | 0,3 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,5 | 0,1 |
| Totale | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

(a) Per il 2006 i dati sono provvisori e si riferiscono al 71,2% del numero complessivo degli editori presenti nell'archivio di rilevazione; i dati definitivi, non appena disponibili, saranno diffusi on line e pubblicati nelle collane "Annuari" dell'Istat.

(b) Comprende le opere pubblicate in una qualunque lingua diversa da quella dell'edizione originale; sono incluse, perciò, anche le opere tradotte in una lingua diversa dall'italiano.

Tavola 3 - Opere pubblicate e tiratura per genere, numero di pagine e classi di prezzo - Anno 2006 (tiratura in migliaia) (a)

| NUMERO DI PAGINE CLASSI DI PREZZO | Scolastiche | | Per ragazzi | | Varia adulti | | Totale | | | |
|--------------------------------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|--------------|--------------|
| | Opere | Tiratura | Opere | Tiratura | Opere | Tiratura | Dati assoluti | | Composiz % | |
| | | | | | | | Opere | Tiratura | Opere | Tiratura |
| NUMERO DI PAGINE | | | | | | | | | | |
| Da 5 a 48 pagine | 300 | 2.430 | 2.027 | 16.284 | 2.561 | 10.384 | 4.888 | 29.099 | 8,8 | 11,9 |
| Da 49 a 100 | 456 | 4.459 | 772 | 5.797 | 5.164 | 11.500 | 6.392 | 21.757 | 11,5 | 8,9 |
| Da 101 a 200 | 1.009 | 6.861 | 716 | 4.356 | 14.674 | 47.236 | 16.399 | 58.454 | 29,5 | 23,9 |
| Da 201 a 300 | 706 | 3.722 | 322 | 2.304 | 10.467 | 32.028 | 11.495 | 38.053 | 20,7 | 15,6 |
| Da 301 a 500 | 868 | 5.409 | 224 | 1.848 | 9.495 | 42.198 | 10.587 | 49.456 | 19,0 | 20,3 |
| Da 501 a 1.000 | 769 | 7.900 | 55 | 1.760 | 3.732 | 13.900 | 4.556 | 23.561 | 8,2 | 9,6 |
| Oltre 1.000 | 454 | 13.798 | 9 | 334 | 867 | 9.648 | 1.330 | 23.780 | 2,4 | 9,7 |
| Totale | 4.562 | 44.579 | 4.125 | 32.685 | 46.960 | 166.895 | 55.647 | 244.159 | 100,0 | 100,0 |
| CLASSI DI PREZZO | | | | | | | | | | |
| Fino a 2,50 euro | 180 | 1.306 | 214 | 2.245 | 497 | 5.757 | 891 | 9.308 | 1,6 | 3,8 |
| Da 2,51 a 5,00 | 250 | 2.836 | 682 | 6.666 | 1.729 | 15.840 | 2.661 | 25.342 | 4,8 | 10,4 |
| Da 5,01 a 7,50 | 275 | 2.886 | 780 | 5.238 | 3.274 | 17.522 | 4.329 | 25.646 | 7,8 | 10,5 |
| Da 7,51 a 10,00 | 523 | 3.893 | 847 | 5.830 | 8.295 | 27.929 | 9.665 | 37.652 | 17,4 | 15,4 |
| Da 10,01 a 15,00 | 763 | 4.146 | 1.089 | 6.629 | 10.675 | 31.834 | 12.527 | 42.610 | 22,5 | 17,5 |
| Da 15,01 a 20,00 | 718 | 4.605 | 338 | 2.831 | 8.081 | 31.167 | 9.137 | 38.602 | 16,4 | 15,8 |
| Oltre 20,00 | 1.576 | 22.896 | 163 | 3.024 | 13.053 | 30.422 | 14.792 | 56.342 | 26,6 | 23,1 |
| Opere gratuite o fuori commercio | 277 | 2.011 | 12 | 223 | 1.356 | 6.423 | 1.645 | 8.656 | 3,0 | 3,5 |
| Totale | 4.562 | 44.579 | 4.125 | 32.685 | 46.960 | 166.895 | 55.647 | 244.159 | 100,0 | 100,0 |

(a) Per il 2006 i dati sono provvisori e si riferiscono al 71,2% del numero complessivo degli editori presenti nell'archivio di rilevazione; i dati definitivi, non appena disponibili, saranno diffusi on line e pubblicati nelle collane "Annuari" dell'Istat.

**Tavola 4 - Opere di varia adulti, pagine e tiratura per materia trattata -
Anno 2006 (pagine e tiratura complessiva in migliaia) (a)**

| MATERIE TRATTATE | Opere | | Pagine | | Tiratura | | |
|--|---------------|--------------|---------------|--------------|------------------|--------------|--------------------|
| | Numero | % | Numero | % | Totale Numero | % | Media per opera |
| Generalità (b) | 1.988 | 4,2 | 734 | 5,7 | 15.169 | 9,1 | 7.630 |
| Dizionari | 477 | 1,0 | 292 | 2,3 | 1.970 | 1,2 | 4.130 |
| Filosofia, metafisica, metapsichica, astrologia | 1.403 | 3,0 | 339 | 2,6 | 2.434 | 1,5 | 1.735 |
| Psicologia | 1.866 | 4,0 | 462 | 3,6 | 4.600 | 2,8 | 2.465 |
| Religione, teologia | 3.075 | 6,5 | 772 | 6,0 | 12.645 | 7,6 | 4.112 |
| Sociologia | 1.377 | 2,9 | 337 | 2,6 | 3.119 | 1,9 | 2.265 |
| Statistica | 309 | 0,7 | 74 | 0,6 | 338 | 0,2 | 1.094 |
| Scienze politiche, economia politica, scienza delle finanze | 1.926 | 4,1 | 636 | 4,9 | 3.945 | 2,4 | 2.048 |
| Diritto, amm. pubblica, assistenza sociale e assicurazioni | 3.654 | 7,8 | 1.642 | 12,8 | 13.107 | 7,9 | 3.587 |
| Arte e scienza militari | 135 | 0,3 | 26 | 0,2 | 368 | 0,2 | 2.725 |
| Pedagogia e didattica (esclusi i libri di testo parascolastici ed universitari) | 1.271 | 2,7 | 252 | 2,0 | 5.171 | 3,1 | 4.068 |
| Libri di testo per le scuole primarie | - | - | - | - | - | - | - |
| Commercio, comunicazioni e trasporti (d) | 341 | 0,7 | 111 | 0,9 | 976 | 0,6 | 2.862 |
| Etnografia, usi e costume, folclore | 499 | 1,1 | 104 | 0,8 | 939 | 0,6 | 1.883 |
| Filologia e linguistica | 823 | 1,8 | 201 | 1,6 | 1.332 | 0,8 | 1.618 |
| Matematica | 335 | 0,7 | 79 | 0,6 | 509 | 0,3 | 1.519 |
| Scienze fisiche e naturali | 730 | 1,6 | 204 | 1,6 | 1.648 | 1,0 | 2.258 |
| Ecologia | 105 | 0,2 | 22 | 0,2 | 239 | 0,1 | 2.272 |
| Medicina, farmacia, veterinaria, igiene, dietologia | 1.565 | 3,3 | 475 | 3,7 | 4.758 | 2,9 | 3.041 |
| Tecnologia, ingegneria, industrie, arti e mestieri | 1.278 | 2,7 | 258 | 2,0 | 1.373 | 0,8 | 1.074 |
| Informatica | 530 | 1,1 | 169 | 1,3 | 1.050 | 0,6 | 1.981 |
| Agricoltura, silvicoltura, allevamento, caccia e pesca | 195 | 0,4 | 36 | 0,3 | 634 | 0,4 | 3.252 |
| Economia domestica, arredamento e moda | 142 | 0,3 | 26 | 0,2 | 667 | 0,4 | 4.700 |
| Cucina e ricettari vari | 460 | 1,0 | 106 | 0,8 | 2.862 | 1,7 | 6.223 |
| Commercio (e), comunicazioni e trasporti (f) | 79 | 0,2 | 18 | 0,1 | 116 | 0,1 | 1.471 |
| Architettura e urbanistica | 829 | 1,8 | 193 | 1,5 | 1.018 | 0,6 | 1.228 |
| Arti figurative e fotografia | 2.362 | 5,0 | 451 | 3,5 | 4.812 | 2,9 | 2.037 |
| Musica e spettacoli (g) | 837 | 1,8 | 177 | 1,4 | 2.002 | 1,2 | 2.391 |
| Divertimenti, giochi, sport | 503 | 1,1 | 109 | 0,8 | 2.473 | 1,5 | 4.917 |
| Storia della letteratura e critica letteraria | 749 | 1,6 | 199 | 1,5 | 691 | 0,4 | 922 |
| Geografia, viaggi, atlanti | 281 | 0,6 | 75 | 0,6 | 888 | 0,5 | 3.160 |
| Guide turistiche | 1.393 | 3,0 | 252 | 2,0 | 6.378 | 3,8 | 4.578 |
| Storia (h) | 3.687 | 7,9 | 1.063 | 8,3 | 7.428 | 4,5 | 2.015 |
| Attualità politico - sociale ed economica (i) | 1.048 | 2,2 | 251 | 2,0 | 3.430 | 2,1 | 3.273 |
| Testi letterari classici | 731 | 1,6 | 277 | 2,2 | 1.485 | 0,9 | 2.032 |
| Testi letterari moderni | | | | | | | |
| - <i>poesia e teatro</i> | 1.755 | 3,7 | 237 | 1,8 | 1.256 | 0,8 | 716 |
| - <i>libri di avventura e libri gialli</i> | 1.188 | 2,5 | 386 | 3,0 | 11.483 | 6,9 | 9.665 |
| - <i>altri romanzi e racconti</i> | 6.759 | 14,4 | 1.777 | 13,8 | 42.699 | 25,6 | 6.317 |
| Fumetti | 275 | 0,6 | 45 | 0,3 | 883 | 0,5 | 3.211 |
| Totale | 46.960 | 100,0 | 12.866 | 100,0 | 166.895 | 100,0 | 3.554 |

(a) Per il 2006 i dati sono provvisori e si riferiscono al 71,2% del numero complessivo degli editori presenti nell'archivio di rilevazione; i dati definitivi, non appena disponibili, saranno diffusi on line e pubblicati nelle collane "Annuari" dell'Istat.

(b)-(d)-(e)-(f)-(g)-(h)-(i) Cfr. le note corrispondenti alla tavola 7.

Tavola 5 - Opere pubblicate pagine e tiratura per genere e regione di pubblicazione - Anno 2006 (pagine tiratura in migliaia) (a)

| REGIONI | Scolastiche | | | Per ragazzi | | | Varia adulti | | | Totale | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura | Opere | Pagine | Tiratura |
| Piemonte | 1.080 | 865 | 18.029 | 338 | 26 | 3.449 | 3.396 | 1.015 | 7.373 | 4.814 | 1.906 | 28.851 |
| Valle d'Aosta/ Vallée d'Aoste | - | - | - | - | - | - | 67 | 9 | 63 | 67 | 9 | 63 |
| Lombardia | 1.609 | 559 | 12.048 | 1.905 | 264 | 17.142 | 19.136 | 5.801 | 110.101 | 22.650 | 6.624 | 139.292 |
| Trentino-Alto Adige | 115 | 22 | 186 | 45 | 4 | 130 | 693 | 146 | 1.264 | 853 | 171 | 1.579 |
| <i>Bolzano/Bozen</i> | <i>24</i> | <i>3</i> | <i>67</i> | <i>9</i> | <i>1</i> | <i>32</i> | <i>230</i> | <i>39</i> | <i>567</i> | <i>263</i> | <i>42</i> | <i>666</i> |
| <i>Trento</i> | <i>91</i> | <i>19</i> | <i>118</i> | <i>36</i> | <i>3</i> | <i>98</i> | <i>463</i> | <i>107</i> | <i>696</i> | <i>590</i> | <i>130</i> | <i>913</i> |
| Veneto | 91 | 35 | 788 | 47 | 6 | 81 | 1.930 | 557 | 4.098 | 2.068 | 598 | 4.967 |
| Friuli-Venezia Giulia | 5 | 1 | 4 | 463 | 30 | 1.705 | 522 | 109 | 544 | 990 | 140 | 2.253 |
| Liguria | 22 | 5 | 140 | 24 | 2 | 161 | 681 | 122 | 844 | 727 | 129 | 1.145 |
| Emilia-Romagna | 781 | 339 | 4.114 | 421 | 20 | 2.390 | 6.324 | 1.953 | 11.632 | 7.526 | 2.312 | 18.136 |
| Toscana | 290 | 111 | 6.248 | 581 | 49 | 6.693 | 3.205 | 600 | 11.530 | 4.076 | 760 | 24.472 |
| Umbria | 2 | 2 | 4 | 12 | 1 | 9 | 309 | 65 | 619 | 323 | 68 | 632 |
| Marche | 83 | 22 | 1.320 | 33 | 6 | 86 | 389 | 91 | 2.085 | 505 | 119 | 3.490 |
| Lazio | 156 | 29 | 209 | 155 | 17 | 505 | 6.032 | 1.440 | 9.412 | 6.343 | 1.486 | 10.126 |
| Abruzzo | - | - | - | - | - | - | 297 | 57 | 325 | 297 | 57 | 325 |
| Molise | - | - | - | - | - | - | 22 | 2 | 7 | 22 | 2 | 7 |
| Campania | 128 | 50 | 416 | 27 | 3 | 196 | 1.135 | 296 | 1.301 | 1.290 | 348 | 1.913 |
| Puglia | 103 | 49 | 411 | 25 | 2 | 65 | 1.616 | 367 | 2.290 | 1.744 | 418 | 2.765 |
| Basilicata | 11 | 2 | 4 | 1 | .. | 1 | 32 | 6 | 26 | 44 | 8 | 31 |
| Calabria | 9 | 2 | 8 | 11 | 1 | 10 | 206 | 38 | 166 | 226 | 40 | 184 |
| Sicilia | 74 | 91 | 649 | 24 | 1 | 46 | 742 | 140 | 2.692 | 840 | 232 | 3.387 |
| Sardegna | 3 | 1 | 2 | 13 | 2 | 16 | 226 | 53 | 523 | 242 | 55 | 541 |
| ITALIA | 4.562 | 2.182 | 44.579 | 4.125 | 435 | 32.685 | 46.960 | 12.866 | 166.895 | 55.647 | 15.483 | 244.159 |
| Nord-Centro | 4.234 | 1.990 | 43.090 | 4.024 | 425 | 32.351 | 42.684 | 11.908 | 159.565 | 50.942 | 14.322 | 235.006 |
| Mezzogiorno | 328 | 195 | 1.490 | 101 | 9 | 334 | 4.276 | 959 | 7.330 | 4.705 | 1.160 | 9.153 |

(a) Per il 2006 i dati sono provvisori e si riferiscono al 71,2% del numero complessivo degli editori presenti nell'archivio di rilevazione; i dati definitivi, non appena disponibili, saranno diffusi on line e pubblicati nelle collane "Annuari" dell'Istat.

PROFILO DEI LETTORI E DEGLI ACQUIRENTI DI LIBRI

INDAGINE IPSOS-MONDADORI 2007

Pubblichiamo i risultati dell'indagine sui lettori e gli acquirenti di libri per adulti in Italia presentati recentemente a Roma da Gian Arturo Ferrari, direttore generale della Divisione Libri del Gruppo Mondadori, che qui ringraziamo per la gentile concessione.

Rispetto ai dati rilevati nella prima ricerca del 2003 risulta stazionario il numero degli italiani che dichiarano di aver letto almeno un libro nell'ultimo anno, escludendo i testi scolastici, ovvero il 38% della popolazione adulta. Lievemente in crescita è, invece, l'acquisto di libri, fenomeno fortemente correlato alla lettura (essendo solo il 2% la parte di acquirenti non lettori): i lettori acquirenti di libri passano infatti dal 27% al 29%. La tendenza positiva è indubbia ed è confermata, anche se in misura diversa, dai dati di vendita degli editori.

Confrontando i dati di quest'ultima ricerca con quelli rilevati nell'indagine svolta due anni fa, non si può però non notare la discrepanza dei risultati. Nel 2005 la propensione degli italiani verso la lettura (e l'acquisto) di libri si è mostrata assai più consistente sia rispetto al passato sia rispetto all'attuale fotografia: nel 2003 i lettori di almeno un libro negli ultimi 12 mesi erano il 39%, nel 2005 crescevano fino al 46%, mentre nel 2007 rappresentano il 38%.

La contrazione rispetto al 2005 è stata determinata dal crollo dei lettori deboli e dei borderline, vale a dire: le fasce sociali economicamente più deboli si allontanano sempre più dalla lettura; calano i lettori forti e fortissimi e crescono invece i lettori medi; la lettura è sempre più percepita dai non lettori come un'attività inutile e che fa perdere tempo.

Restano confermate le tendenze osservate nel 2005 per quanto riguarda il profilo degli acquirenti, tendenze che due anni fa fecero parlare di "crescita diseguale": sempre più acquirenti appartengono alla classe socio-economica superiore e passano dal 50% del 2003 al 60% di oggi; sempre meno sono, invece, gli acquirenti che appartengono alla classe socio-economica inferiore che diminuiscono di quattro punti percentuali (dal 14% del 2003 al 10% del 2007). In questo quadro è incoraggiante notare la crescita dei lettori in età 25-34 che aumentano del 4%, in controtendenza rispetto al decremento delle altre fasce d'età.

La lettura di libri del 2007

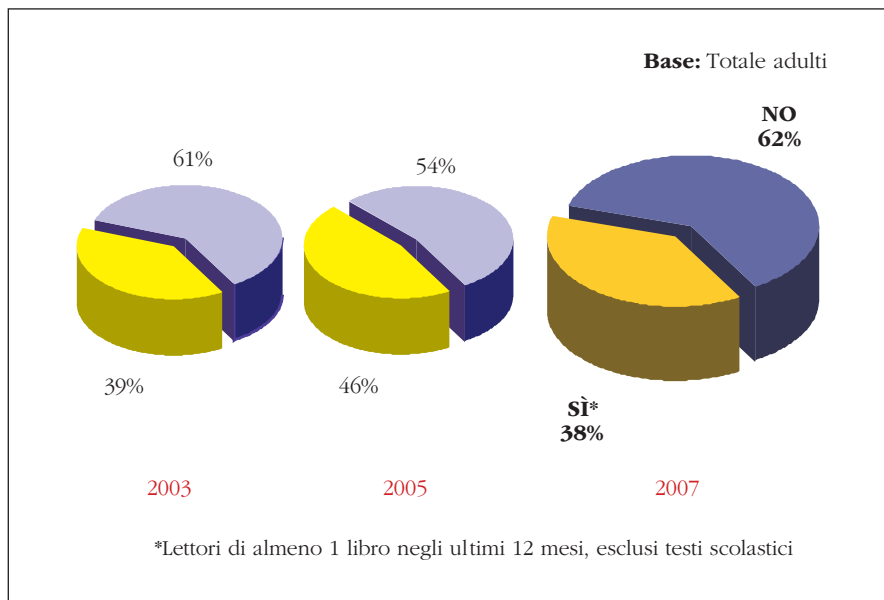


Figura 1a - Profilo sociodemografico dei lettori

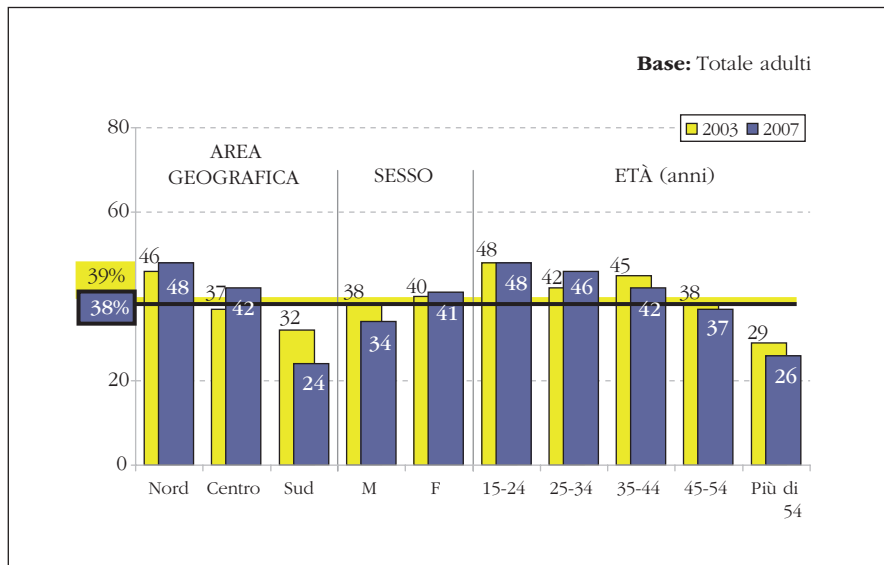


Figura 1b - Profilo sociodemografico dei lettori

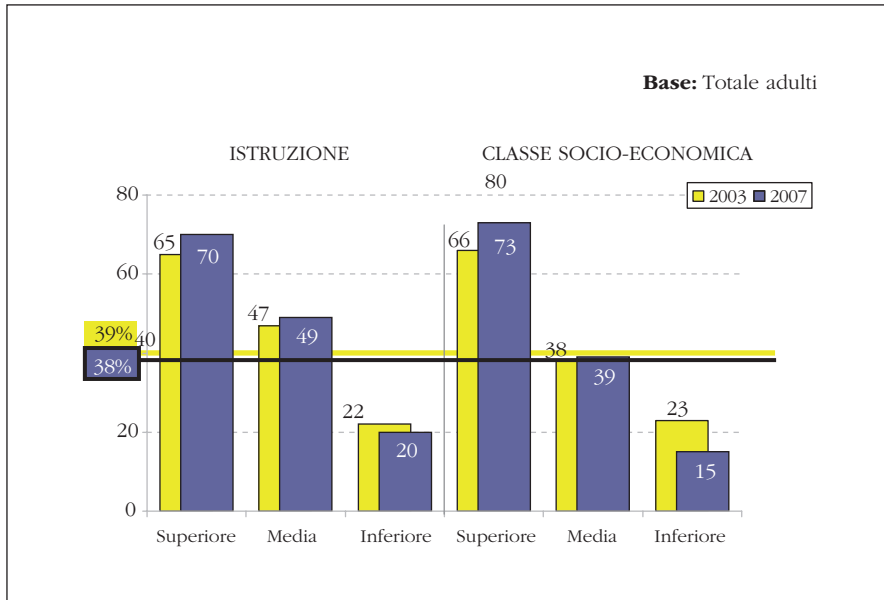


Figura 1c - Profilo sociodemografico dei lettori

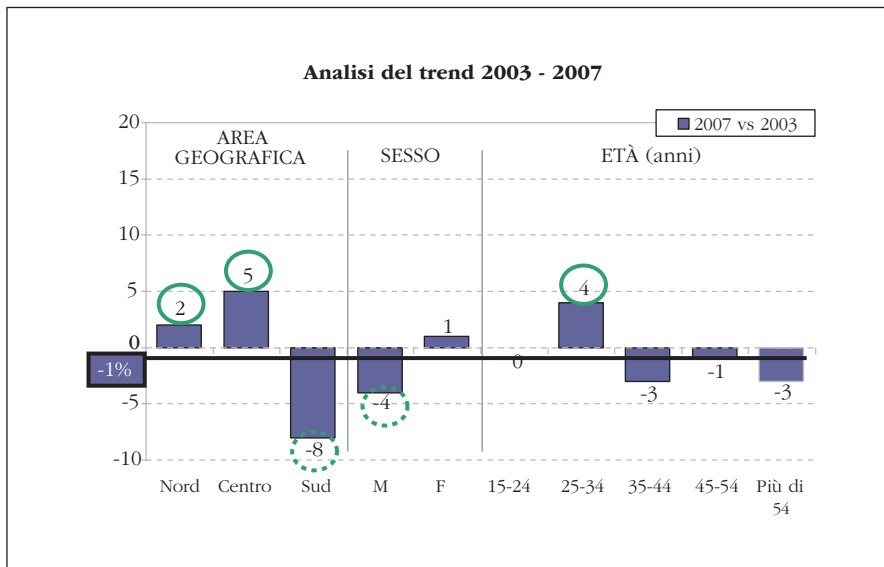


Figura 1d - Profilo sociodemografico dei lettori

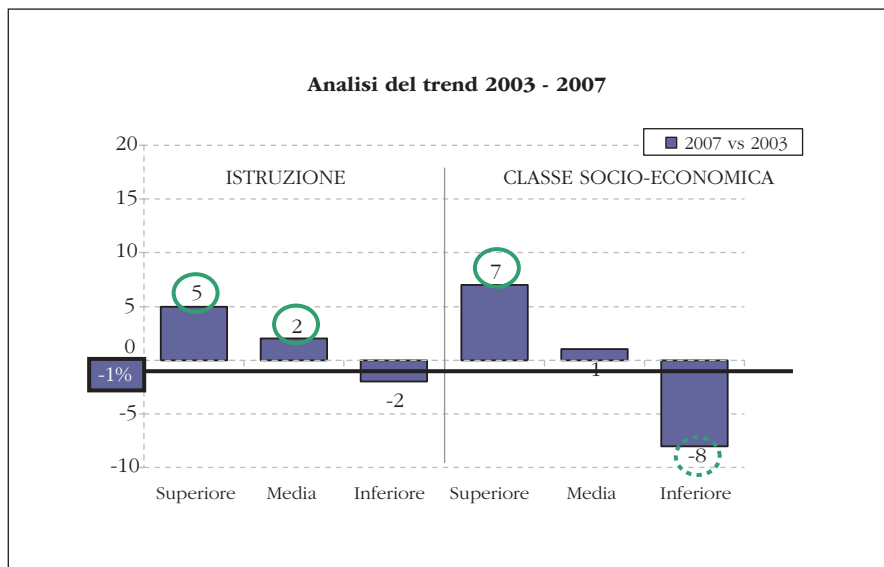


Figura 2 - Composizione dei lettori

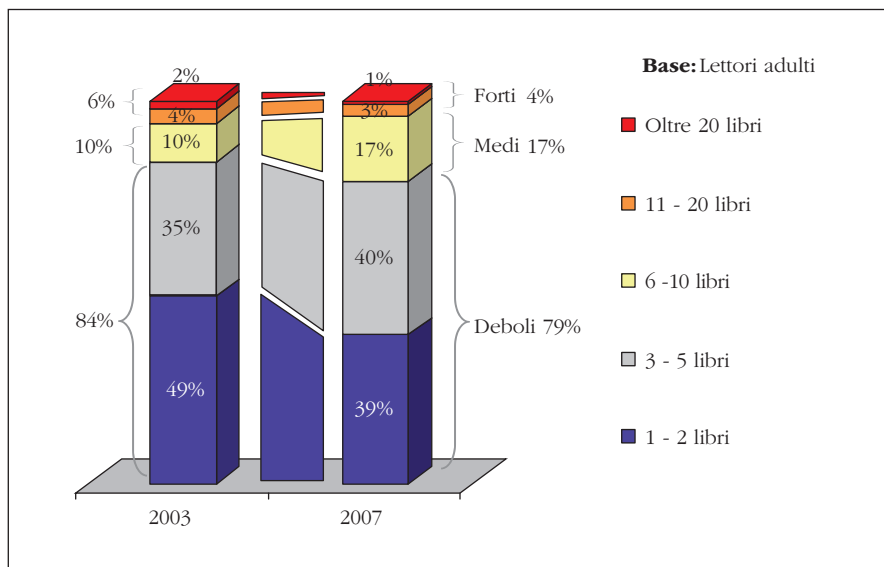


Figura 3 - Lettura e acquisto nel 2007

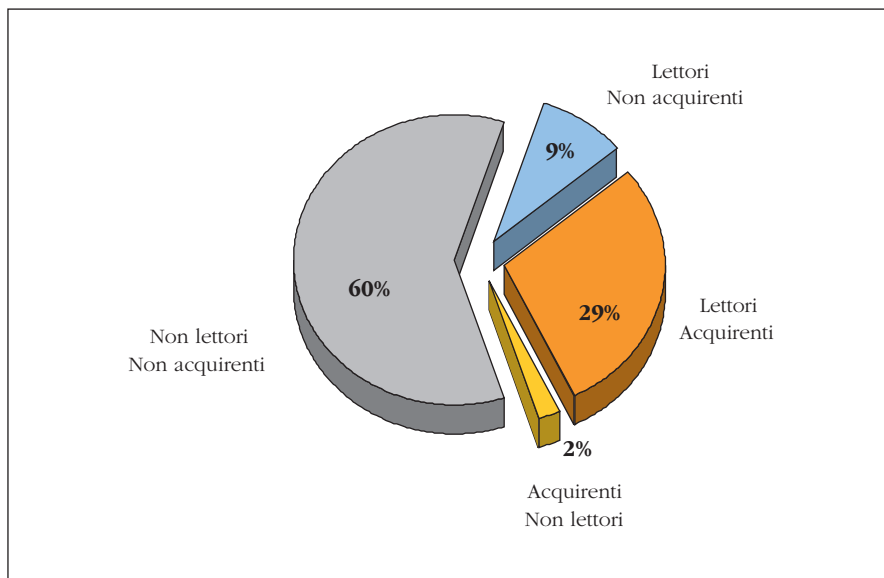


Figura 4 - Quanti Lettori e Acquirenti?

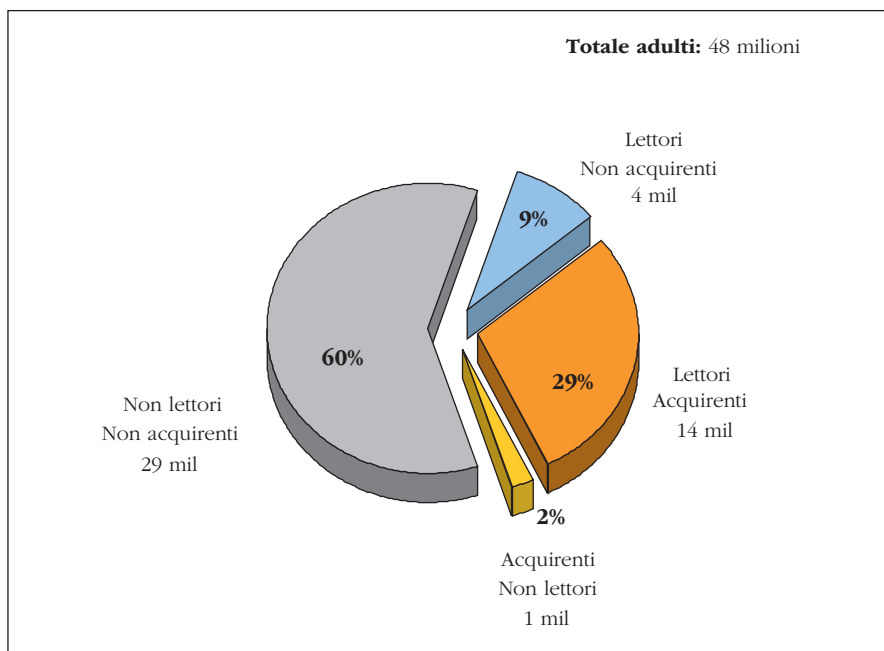


Figura 5 - L'acquisto di libri nel 2007

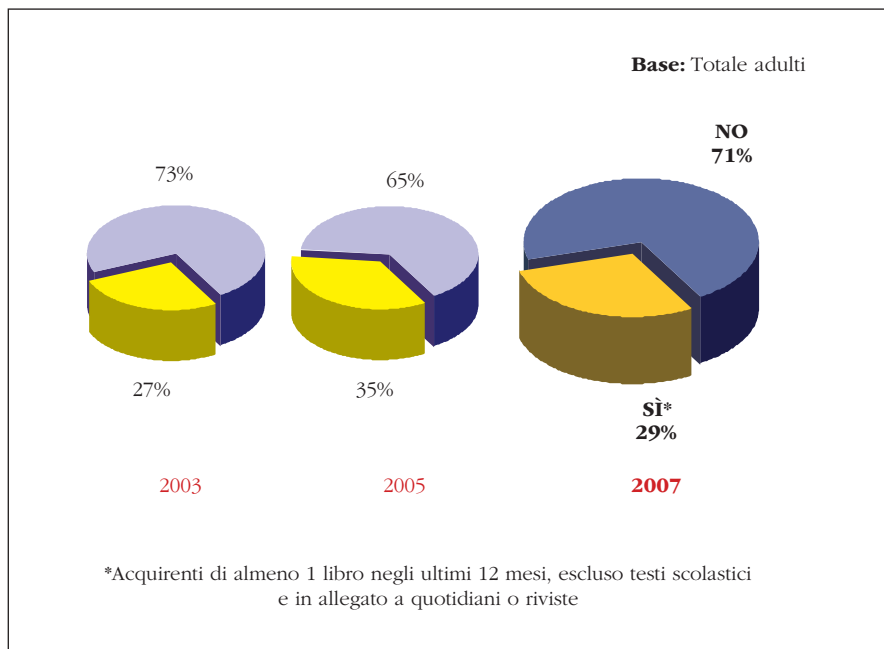


Figura 6a - Profilo sociodemografico acquirenti

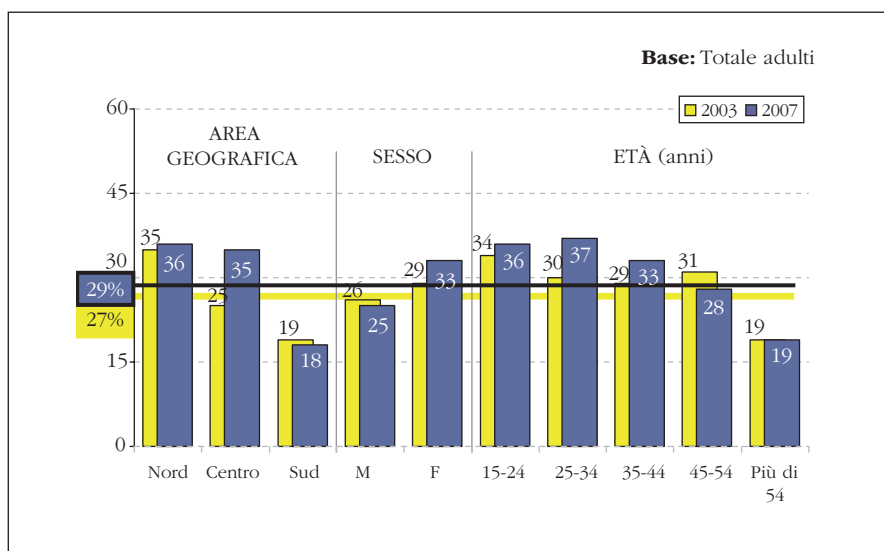


Figura 6b - Profilo sociodemografico acquirenti

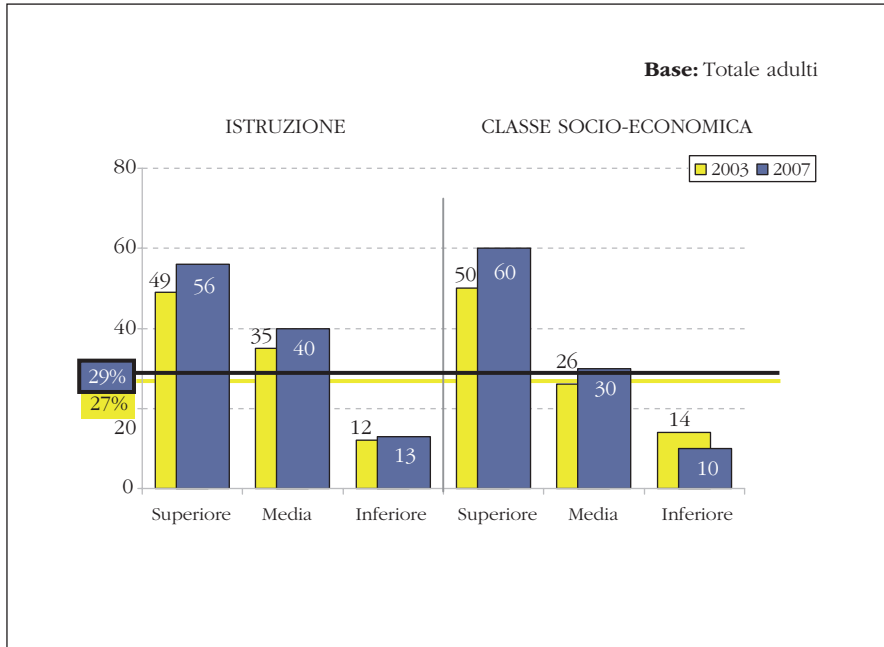


Figura 6c - Profilo sociodemografico acquirenti

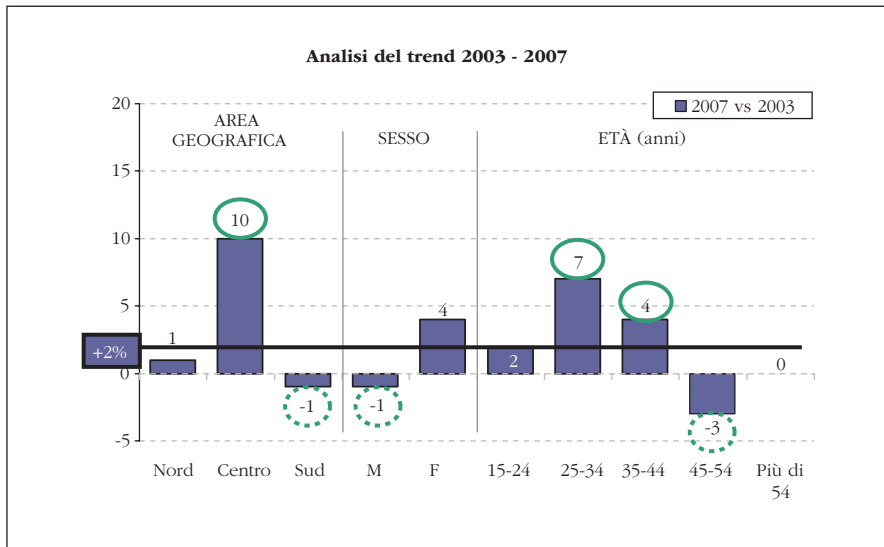


Figura 6d - Profilo sociodemografico acquirenti

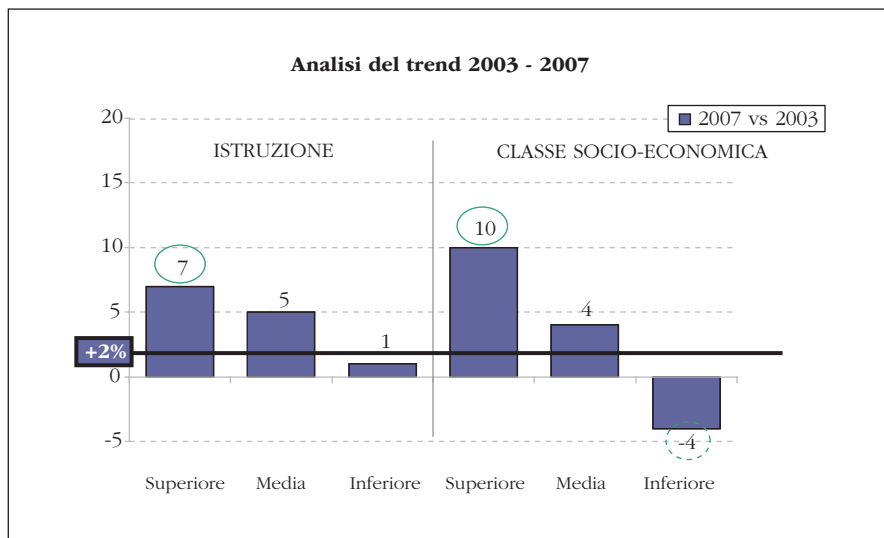


Figura 7 - Intensità di acquisto

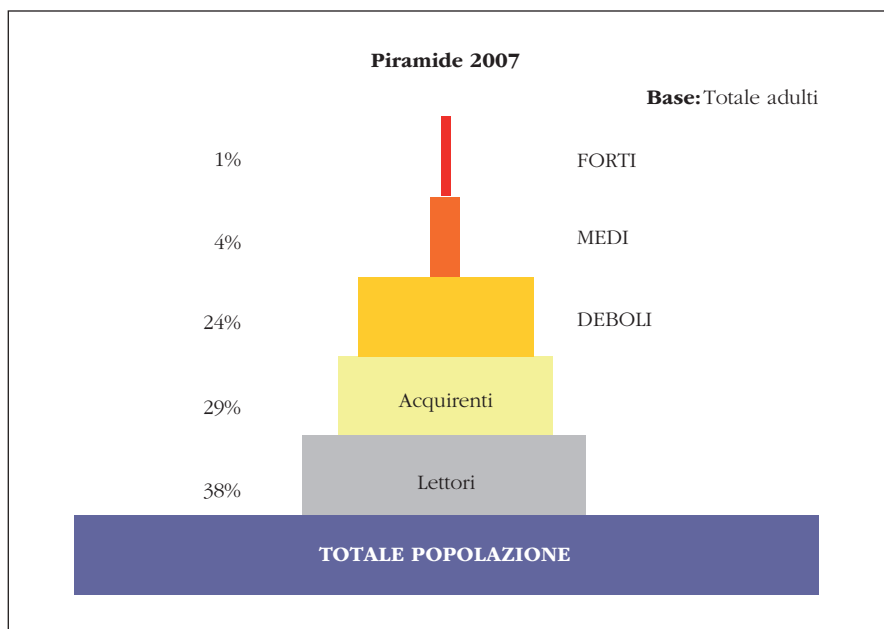
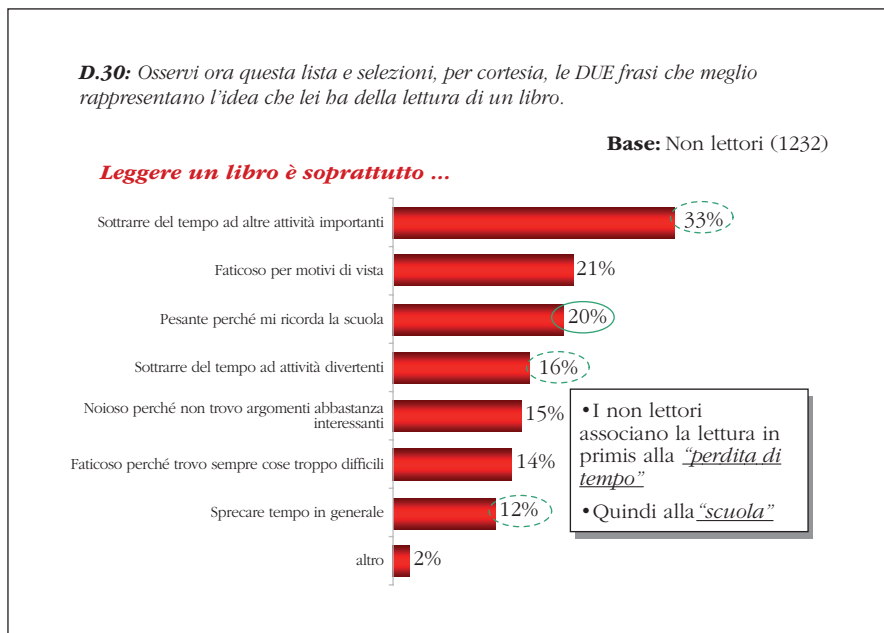


Figura 8 - L'effetto della lettura per i non lettori (totale citazioni)



L'UTILIZZO DELLA STAMPA DIGITALE NELL'EDITORIA ITALIANA

SINTESI DELL'INDAGINE AIE - ASSO.IT - XPLOR

A cura di Cristina Mussinelli¹ e Giovanni Peresson²

Quando si parla di impatto delle tecnologie digitali sull'industria editoriale e del libro, il pensiero corre subito ai cd rom, a Internet, ai blog, alle librerie on line, al Web 2.0, ai forum e alle banche dati.

In realtà, gli effetti più importanti – anche in termini economici – riguardano le innovazioni che in questi anni si sono avute nei processi di stampa (oltre che distributivi) e che cominciano a trasformare segmenti importanti della filiera produttiva e distributiva del libro. Innovazioni che, tra vari risvolti, iniziano a rendere concreta per le case editrici l'opportunità di coprire settori di domanda per i quali le tradizionali tecnologie di stampa offset non offrono, dal punto di vista produttivo, soluzioni altrettanto performanti, e anzi aggravano le criticità economico-finanziarie che caratterizzano il settore.

Particolare vantaggio sembra poterne trarre la piccola e media editoria, ma anche i soggetti più grandi potrebbero alimentare tale evoluzione che sembra ben adattarsi ai piccoli segmenti di domanda, di ricerca nel prodotto editoriale (nuovi autori, tematiche culturali e scientifiche, letterature straniere, ecc.), rivolta a mercati come quello universitario ed educativo.

Gli effetti importanti sono dovuti in primo luogo soprattutto ai processi più che ai prodotti, anche se talvolta – come per gli iPod di narrativa o per i manga da leggere sul cellulare – l'impressione che ci comunicano gli uffici stampa sembra diversa.

È questa la conclusione a cui giunge l'indagine – la prima in Italia su questo aspetto – *Editoria libraria, stampa digitale, Print on demand*, i cui risultati, ottenuti su un campione di 113 aziende tra editori e stampatori, sono stati presentati a Vicenza in occasione di «Inprinting» il 4 ottobre scorso.

L'indagine è stata realizzata nell'ambito delle attività del tavolo tecnico costituito da Aie, Asso.it e Xplor Italia, in rappresentanza da una parte degli editori di libri e di contenuti editoriali digitali, e dall'altra delle aziende produttrici di macchine e di soluzioni tecnologiche per la stampa digitale.

¹ Consulente per l'editoria digitale e l'innovazione tecnologica dell'Associazione italiana editori.

² Responsabile dell'Ufficio studi dell'Associazione italiana editori.

Obiettivi generali: migliorare la conoscenza reciproca riguardo i processi produttivi, di gestione dei flussi di contenuto, delle criticità presenti nella filiera; promuovere la diffusione e la conoscenza di soluzioni tecnologiche, modelli di business, ecc. sviluppati da operatori nazionali e internazionali; individuare le migliori opportunità di sviluppo di queste soluzioni in funzione dell'attuale quadro di produzione e di distribuzione dei libri, del copyright, della contrattualistica editoriale, anche a fronte dei cambiamenti nella struttura della domanda e delle soluzioni tecnologiche in grado di recepirne/soddisfarne le aspettative; verificare le opportunità di sviluppo di tali tecnologie nei diversi segmenti di mercato che compongono il mercato editoriale e analizzarne le relative criticità (qualità di stampa, carta, legatura, ecc.); comprendere la struttura dei costi in ottica comparativa – offset *vs* digitale – dei processi di stampa, nel quadro complessivo dei flussi gestionali, distributivi, finanziari coinvolti.

La ricerca e il Report realizzato a cura dell'Ufficio studi dell'Aie (di cui è disponibile una sintesi sul sito dell'Aie www.aie.it) hanno seguito un percorso per alcuni aspetti originale, che ha portato alla realizzazione di un questionario con domande comuni ma pensato per adattarsi alle peculiarità dei due settori, e successivamente inviato alle aziende delle rispettive associazioni per una compilazione on line.

Un approccio che ha permesso di ricostruire i processi interni alla filiera e di collegarli tra loro.

Obiettivi specifici della ricerca erano: prima di tutto offrire un primo dimensionamento del mercato della stampa digitale dei libri: titoli gestiti, copie stampate, valore del mercato librario generato dalla stampa digitale e dal Print on demand, ecc.; in secondo luogo raccogliere i dati relativi agli anni precedenti per delineare un primo trend del mercato, in previsione di un monitoraggio successivo; infine identificare, da un punto di vista qualitativo e quantitativo, le dimensioni delle criticità percepite dai diversi attori, e delle opportunità connesse.

A fronte del numero dei questionari considerati (113 su oltre 900 imprese), del valore e delle dimensioni produttive coinvolte, elementi che garantiscono l'effettiva solidità dei dati raccolti, si rende necessaria un'avvertenza nella lettura dei risultati prodotti dalla ricerca. Per la modalità di somministrazione e di restituzione dei questionari, è plausibile supporre che le risposte pervenute provengano dalle imprese più motivate e attente alle problematiche in oggetto; per questo crediamo che i dati vadano per ora comunque letti più nella loro capacità di fornire indicazioni panoramiche, come sintomo di un «trend» che si va realizzando a partire da ordini di grandezza generali, piuttosto che nell'effettiva puntualità dei valori numerici presentati.

Il quadro di partenza

Prima di analizzare i risultati, occorre tenere presenti alcuni elementi generali che compongono il quadro dell'editoria, per meglio comprendere come il fenomeno della stampa digitale si innesti in un determinato contesto. La tiratura media dei libri è in calo costante: dalle quasi 7 mila copie del 1990 relative all'editoria di «varia» per adulti (romanzi, saggistica, repertori, manuali, reference, ecc.) siamo scesi oggi a poco più di 3.600. Una tendenza strutturale che manifesta l'editoria italiana, comune però a tutti gli altri Paesi occidentali.

Un valore medio, appunto. Perché se quella delle grandi case editrici è di 5.200 copie (il 44% in più rispetto alla media), quella delle piccole case editrici scende a 1.930 copie/titolo (il 46% in meno). Le trasformazioni in atto nella distribuzione, nei comportamenti d'acquisto del pubblico, l'allungarsi del ciclo di vita del libro su lunghissime code di vendita, la segmentazione (anzi la «clusterizzazione») della domanda di libri per poche centinaia di lettori aiutano a comprendere il fenomeno. A fronte delle 1.930 copie di tiratura media di un piccolo o medio editore, sono solo 860 le copie che risultano vendute nei 12 mesi successivi all'uscita.

Le altre appesantiscono il magazzino e i conti finanziari della casa editrice. La stampa digitale e il Print on demand sembrano offrire alcune condizioni per poter iniziare a stampare a partire da tirature più basse, comprese tra le 200 e le 500 copie.

I risultati

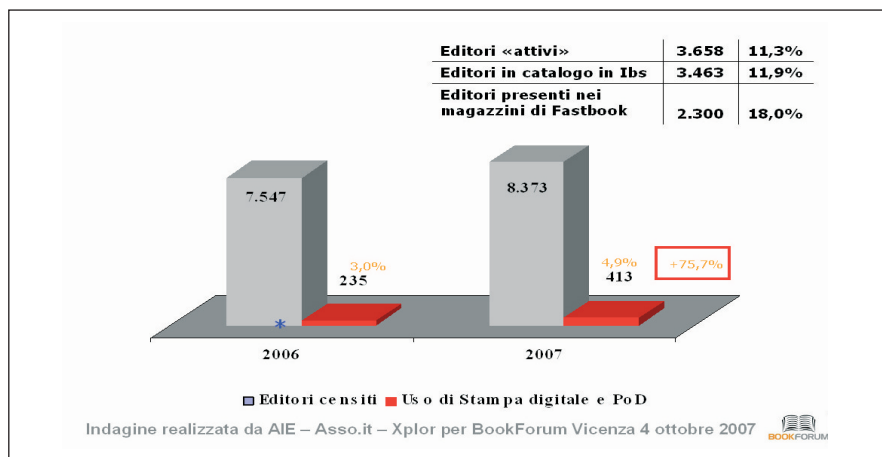
La ricerca presenta alcuni dati importanti fino a oggi poco noti o del tutto sconosciuti.

Sono circa 400 le case editrici (l'11% di quelle «attive») che hanno utilizzato nel 2007 queste tecnologie, tra quelle che vi si sono affidate in modo occasionale, in maniera continuativa o per sperimentare e capirne meglio le potenzialità (Tab. 1). Tanto più che oggi anche le scelte legate alla carta e le soluzioni della post-stampa (confezionamento, rilegatura, stampa della copertina), che costituiscono tratti distintivi della produzione editoriale italiana e della domanda di libri da parte del pubblico, iniziano a trovare formule interessanti a costi competitivi.

Alcuni altri dati:

Il 53% degli stampatori offrono soluzioni di stampa digitale o di Print on demand in b/n per i libri, e il 43% in colore (nuova frontiera e sfida per il settore). Valori che si accompagnano a un aumento del numero di case editrici che occasionalmente o in maniera continuativa ricorrono a questo sistema di stampa.

Tab. 1 - Andamento del numero di editori che utilizzano la stampa digitale - 2006/2007

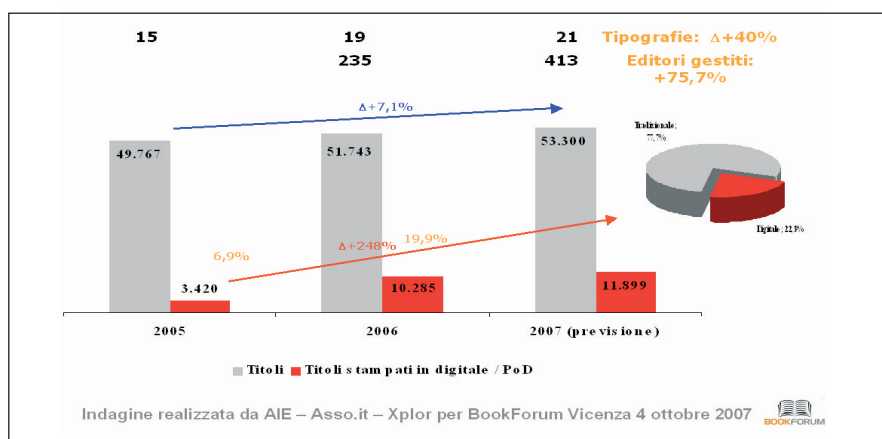


Base: imprese attive e non attive nell'anno, enti, associazioni, fondazioni, ecc. (Fonte: Banca dati informazioni editoriali)

Fonte: *Editoria libraria, stampa digitale Print on demand. Report di ricerca, ottobre 2007*

Nel 2007 sono stati tra 11 e 12 mila i titoli stampati con queste nuove tecnologie e rappresentano il 22% dei titoli di varia adulti pubblicati ogni anno dalle case editrici italiane (Tab. 2).

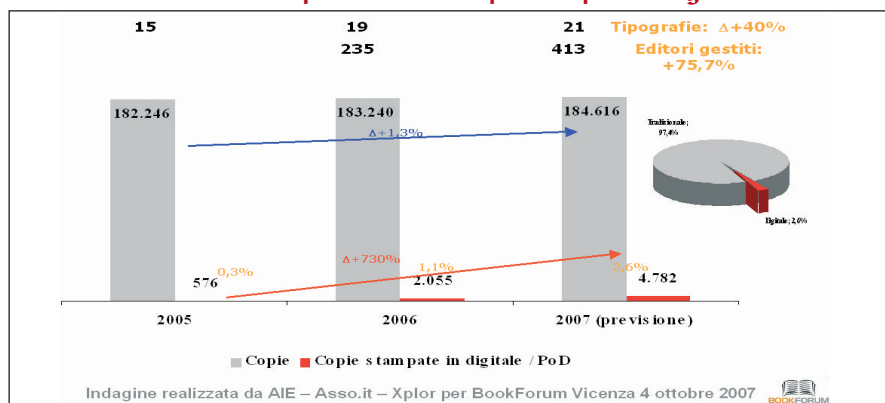
Tab. 2 - Andamento della produzione di titoli stampati in digitale - 2005/2007



Fonte: *Editoria libraria, stampa digitale Print on demand. Report di ricerca, ottobre 2007*

Sempre nel 2007 le copie stampate in digitale sono state 4,7 milioni, il 2,6% di quelle stampate e complessivamente immesse nei canali di vendita (Tab. 3).

Tab. 3 - Andamento della produzione di copie stampate in digitale - 2005/2007

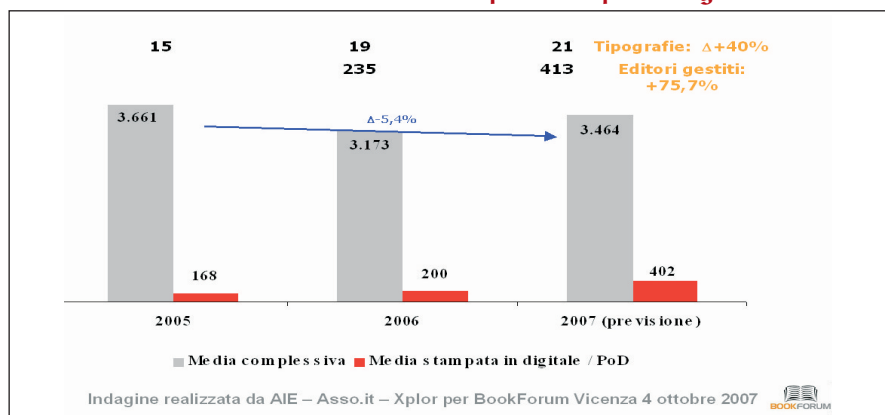


Fonte: Editoria libraria, stampa digitale Print on demand. Report di ricerca, ottobre 2007

La tiratura media è compresa tra le 288 copie - là dove la casa editrice decide di recuperare un titolo (esaurito o in via di esaurimento) dal proprio catalogo (perché c'è una richiesta solo da alcune librerie o per soddisfare ristrette esigenze universitarie, ecc.) - e le 275, quando decide di pubblicare una novità direttamente in digitale per adeguare la tiratura (e l'esposizione finanziaria) alla previsione della domanda.

Tra il 2006 e il 2007 sono proprio le novità che fanno registrare una crescita maggiore: più editori sono portati a pubblicare nuovi titoli direttamente in digitale in poche centinaia di copie, riservandosi la possibilità, in caso di successo, di passare al tradizionale offset o di continuare ad alimentare i canali di vendita con basse tirature. Vedremo nei prossimi anni se è una situazione occasionale o una tendenza generale. (Tab. 4)

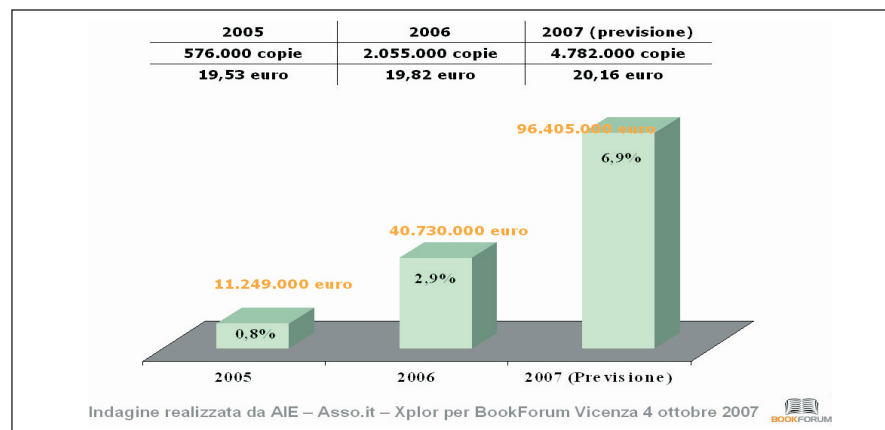
Tab. 4 - Andamento della tiratura media e di quella stampata in digitale - 2005/2007



Fonte: Editoria libraria, stampa digitale Print on demand. Report di ricerca, ottobre 2007

Valorizzando le copie stampate a prezzo di copertina, si arriva a stimare un mercato dell'editoria libraria stampata in digitale di 96 milioni di euro. È il 6,9% del mercato del libro di varia adulti commercializzato nei canali trade (libreria, Gdo, edicola, librerie on line). (Tab. 5).

Tab. 5 - Stima del valore a prezzo di copertina* dei volumi stampati in digitale e il mercato trade di riferimento



* Prezzo di copertina rilevato alla produzione (Fonte: Istat, Indagine sulla produzione); per il 2007 stima del prezzo in proiezione. Il fatturato 2007 è stato previsto in base all'andamento dei dati del primo semestre 2007.

Fonte: Editoria libraria, stampa digitale Print on demand. Report di ricerca, ottobre 2007

Le opportunità che gli operatori individuano nell'adottare queste innovazioni nei processi produttivi, sono sostanzialmente quattro.

Nell'ordine d'importanza (ottenuto attraverso un «voto» da 1 a 6 dato a ciascun item), di seguito le spiegazioni del perché si è ricorsi a questa soluzione di stampa.

«Lavorare su nicchie di domanda altrimenti non raggiungibili» (5,00 punti), rappresentate per esempio da richieste adozionali con un numero di copie che non rendono economico l'uso dell'offset. La risposta ottiene l'85% delle indicazioni degli stampatori e il 73% degli editori;

«Ridurre le giacenze di magazzino», cioè gli immobilizzi e i costi finanziari (4,89 punti);

«Ridurre i tempi di lavorazione e aumentare la flessibilità» (4,39 punti);

«Gestire le code di stampa» (3,38 punti), oppure richieste «puntiformi» dalle librerie su titoli esauriti: 22% delle indicazioni degli stampatori, 26% degli editori.

Conclusioni

Le dimensioni che assume il mercato della stampa digitale e del Print on demand di libri appare già tutt'altro che marginale all'interno dei più generali

processi di innovazione di processo della filiera editoriale del libro: dal punto di vista delle case editrici coinvolte, del numero di titoli prodotti, delle copie complessivamente stampate, dei valori di copertina generati.

Il confronto con i dati riferiti agli anni precedenti mostra, in misura diversa, dimensioni in significativa crescita tanto nelle risposte delle case editrici che delle aziende di stampa.

Le criticità sembrano attualmente riguardare i risvolti tecnici di processo: abbassamento della soglia di tiratura minima, confezionamento (legatura, formato), gestione della copertina, ecc.

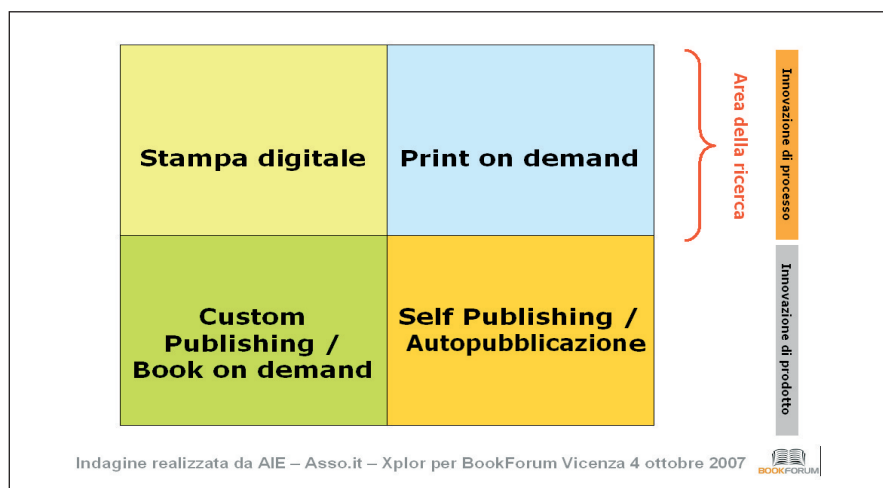
Piuttosto, anche se non emerge dalle rilevazioni, la criticità maggiore appare imputabile a un insieme di paradigmi che riconducono il ricorso alla stampa digitale e/o PoD a obiettivi gestionali di tipo tattico e occasionale (tipico il ricorso per richieste adozionali non gestibili altrimenti), anziché di tipo strategico, di cui la minore attenzione verso la gestione delle code di stampa, il basso numero di «contenuti editoriali» digitali predisposti per altri tipi di distribuzione (o altri prodotti innovativi), è solo l'aspetto più evidente.

La tassonomia della stampa digitale

Per avere un quadro corretto dell'area di influenza della stampa digitale nel mercato editoriale riteniamo utile riportare qui di seguito la tassonomia che è stata definita e condivisa tra tutti gli attori che partecipano al tavolo tecnico.

L'indagine ha preso in esame in particolare le aree qui indicate come stampa digitale e Print on demand.

Tassonomia della «stampa digitale»



Stampa digitale

Rientrano in questa definizione, tutte quelle modalità di stampa scelte dall'editore per soddisfare sue specifiche esigenze produttive/distributive: basse tirature di titoli a catalogo, edizioni personalizzate identiche in tutto il resto all'edizione di partenza, ristampe in un numero limitato di copie eventualmente su richiesta (un corso universitario, la somma di richieste singole provenienti da librerie, ecc.).

Print on demand

In questo contesto si includono tutti quei libri che sono stampati da una società intermediaria sulla base di una richiesta proveniente dal mercato. In questo caso la società intermediaria riconosce all'editore una percentuale sul prezzo di copertina, devono essere definiti specifici accordi contrattuali tra editore e società di servizio, l'editore deve prevedere a sua volta specifiche clausole contrattuali nel contratto di edizione, vi è un Isbn e un Ean diverso (Es. Lampi di stampa, ecc.).

Custom Publishing o Book on demand

Comprende tutti i casi in cui i contenuti sono pubblicati su un sito Internet e organizzati in modo granulare (suddivisione in capitoli, in articoli, ecc.) con la loro relativa metadatozione condivisa. Il cliente può selezionare e combinare, in base alle sue esigenze – professionali, didattiche, ecc. – l'organizzazione dei capitoli e successivamente richiedere la stampa di n copie. I contenuti possono provenire da testi di più autori della stessa casa editrice/gruppo editoriale, ma anche da case editrici diverse. Anche qui vi sono importanti implicazioni attinenti alla contrattualistica con gli autori e con la società che si occupa della stampa, di Isbn, di Ean (Es. www.ichapters.com, Thomson; www.primisonline.com, McGrawHill).

SelfPublishing o autopubblicazione

Fanno parte di questa ultima categoria tutte quelle situazioni in cui gli autori possono pubblicare direttamente le loro opere su un sito Internet e le stesse essere vendute dal sito in un numero limitato di copie; versione aggiornata tecnologicamente di quella che era l'editoria Aps («A proprie spese») (Es. www.lulu.com).

L'Italia alla Fiera di Francoforte

Erano circa trecentocinquanta gli editori italiani presenti dal 10 al 14 ottobre alla Buchmesse, la Fiera internazionale del libro di Francoforte, il più importante appuntamento internazionale per lo scambio dei diritti. L'edizione 2007 ha registrato la presenza di oltre 7.200 espositori provenienti da 110 diversi Paesi, con oltre 390 mila libri e con la Catalogna come ospite d'onore. Per i visitatori "specializzati" il tema centrale erano i libri-audio, una nuova sfida per la promozione della lettura.

L'Italia era presente istituzionalmente con un Punto Italia – 264 metri quadrati di spazio espositivo – organizzato come sempre dall'Istituto per il commercio estero in collaborazione con l'Associazione italiana editori – in cui sono stati presentati ed esposti i 1.550 titoli di 52 editori italiani.

Il Punto Italia è stato inaugurato mercoledì 10 ottobre da Danielle Mazzonis, sottosegretario al Ministero per i beni e le attività culturali, alla presenza del presidente dell'Aie, Federico Motta, dell'ambasciatore italiano in Germania, Antonio Puri Purini, del presidente dell'Ice, Umberto Vattani, del console italiano a Francoforte, Bernardo Carloni e dei principali editori italiani. In un incontro con la stampa presso un altro padiglione della Buchmesse è stato poi presentato un rapporto sullo stato dell'editoria in Italia. Nella stessa giornata vi è stata la conferenza stampa di presentazione dei 12 libri candidati alla prima edizione del Premio

Strega europeo, organizzata dalla Fondazione Bellonci insieme a numerosi partner istituzionali italiani e stranieri.

Varato nel marzo 2007, a 50 anni dalla nascita della Comunità economica europea con la firma del Trattato di Roma e a 60 anni dall'assegnazione del primo Strega italiano, il Premio Strega europeo 2007 è giunto alla tappa di Francoforte con numerose novità all'attivo e un percorso di lavoro che ha già messo a punto alcuni obiettivi fondamentali: la selezione delle opere candidate, il perfezionamento delle 12 giurie dei Paesi di origine delle opere selezionate, la formazione delle altre 15 giurie che concorreranno alla scelta della cinquina finalista e del vincitore, e che saranno completate entro la fine dell'anno; l'avvio, infine, delle traduzioni in inglese delle opere selezionate, che saranno inviate ai membri della giuria internazionale. (*u.b.*)

La "razza": un mito pericoloso

Il tema della terza edizione di FestivalStoria, svoltosi a Torino, Salluzo e Savigliano (Cuneo) dal 10 al 14 ottobre 2007, era caratterizzato da un interrogativo assai doloroso per la storia umana: "Di che 'razza' sei? Un mito pericoloso". La parola mito assume qui una connotazione funesta, che per molti aspetti è ancora di terribile attualità, ma che affonda le sue radici nel passato; tracce di idee razziali si trovano in molte civiltà, religioni, ideologie politiche, lungo i secoli, da un continente all'altro.

Seguendo la consueta impostazione, la manifestazione ha cercato di costruire degli itinerari di conoscenza e di fornire una rappresentazione rigorosa, ma destinata a un pubblico ampio, di questo insieme di problemi e vicende. Hanno fornito una guida e un controllo critico non solo storici illustri, ma anche genetisti, biologi, antropologi, filosofi, giuristi, sociologi.

Lo scopo era quello di portare il grande pubblico ad un incontro positivo con la complessità della ricerca storica. Si sono svolte, accanto alle conferenze, alle conversazioni e interviste, e ai forum, proiezioni di film storici e di attualità, spettacoli teatrali, concerti e mostre. Festival-Storia, nato nel 2003 da un progetto di Angelo d'Orsi – uno storico che, oltre che presidente dell'Associazione che organizza la manifestazione, è ora direttore del Festival stesso –, si vale del supporto di un comitato scientifico internazionale. (*u.b.*)

Il 78° Congresso della Dante Alighieri

Dal 28 al 30 settembre centinaia di delegati provenienti dai 500 comitati della Società Dante Alighieri si sono dati appuntamento a Roma per il 78° Congresso internazionale, nel corso del quale sono state definite le linee della politica culturale e linguistica di questa istituzione impegnata da sempre nella diffusione della lingua e della cultura italiane nel mondo.

Il Congresso è stata anche l'occasione per celebrare il centenario dalla morte di Giosuè Carducci, primo premio Nobel italiano nel 1906 e fondatore della Dante. Per ricordare la figura del poeta, si sono alternate relazioni, conferenze di docenti universitari – tra cui Emilio Pasquini, Lorenzo Tomasin, Luca Serianni, Enrico Tiozzo, Roberto Balzani, Michele Lo Porcaro e Alberto Casadei – e letture di poesie eseguite dai giovani attori dell'Accademia nazionale d'arte drammatica "Silvio D'Amico", diretti dal regista Giuseppe Bevilacqua. Infine, presso la sede della Dante Alighieri è stata inaugurata la mostra itinerante "Vivere come l'uragano. Giosuè Carducci (1835–1907)", a cura di Marco Veglia, professore del Dipartimento di italianistica dell'Università di Bologna.

Tra lectio magistralis, letture e relazioni, sono stati resi noti i dati di un sondaggio sul rapporto degli italiani con la loro lingua – commissionato dalla Dante all'Istituto Piepoli, all'Ipsos e a Gfk Eurisko –, dal quale emerge che il 68% dei nostri connazionali ritiene di avere un buon livello di conoscenza della propria lingua e che, tra i personaggi televisivi, sono i giornalisti a esprimersi meglio. La ricerca, inoltre, ha analizzato il rapporto tra i giovani e i grandi personaggi della letteratura italiana: Dante Alighieri si conferma il poeta che più di tutti rappresenta il legame con il nostro Paese, seguito da Giacomo Leopardi, Ugo Foscolo e Giovanni Pascoli, mentre tra i narratori le preferenze vanno ad Alessandro Manzoni e

Giovanni Verga e, tra i personaggi letterari “moderni”, a Giuseppe Ungaretti e a Luigi Pirandello.

Un momento significativo del convegno è stata l'assegnazione al giornalista e scrittore Beppe Severgnini di una medaglia d'oro, per la costante attenzione da lui dedicata alle tematiche legate alla tutela e alla valorizzazione della lingua italiana.

Infine, nel quadro degli eventi legati al Congresso, si è tenuta una riunione della commissione “Lingua ed editoria”, presieduta da Salvatore Italia, a cui è intervenuta Vitaliana Vitale, direttore dell'Istituto per il libro. (*Francesco Moglia*)

La fantasia aiuta a capire

Dal 2 al 7 Ottobre si è svolta a Chiasso la quarta edizione del Festival internazionale di letteratura, dedicata a Primo Levi, di cui ricorre il ventennale della scomparsa. La sua figura e la sua opera sono state tratteggiate nel corso della settimana attraverso incontri con scrittori e critici letterari, spettacoli ed eventi a lui dedicati. Si è voluta prestare particolare attenzione al Primo Levi scrittore e scienziato, alla peculiarità con la quale ha saputo mescolare, in alcune delle sue opere più celebri, come *Il sistema periodico*, il suo talento letterario e la sua vocazione di chimico.

Il Festival, com'è nella sua tradizione, ha ospitato un Paese straniero cui era dedicata una parte importante del suo programma. Quest'anno sono stati proposti al

pubblico gli autori della letteratura irlandese, ricca di esponenti noti al grande pubblico e di nuovi scrittori di talento. Alla realizzazione del gemellaggio letterario hanno contribuito ufficialmente il Ministero per i beni e le attività culturali, il Ministero degli Affari esteri e l'Ambasciata d'Irlanda in Italia.

Uno spazio della manifestazione aveva come filo conduttore il genere scienza/fantascienza e si sviluppava a partire dall'incontro del pubblico con scrittori che hanno contribuito, con la loro opera, alla diffusione dei paradigmi scientifici e alla loro trasformazione in racconti che esplorano mondi futuri.

Su questi temi sono state molte e di grande respiro le iniziative dedicate al mondo della scuola e ai giovani. (*u.b.*)

Le responsabilità del giornalismo

Delle responsabilità del giornalismo si è occupato il secondo seminario di formazione e confronto “Miglioratori del peggio” – organizzato da Redattore Sociale insieme a Cnca, Anffas, in collaborazione con il mensile “Terre di Mezzo” e il quotidiano on line “Affari italiani” – che si è svolto il 5 e 6 ottobre scorso a Milano, introdotto da Franco Bomprezzi.

L'informazione, oggi, fatta sempre più di “stupismo”, è costruita nell'economia del tempo e del denaro e dominata dall'invadenza della pubblicità – come sostiene Claudio Figini, presidente del Cnca Lombardia – e a farne le spese sono

soprattutto i giornalisti (in particolare quelli che operano nell'informazione sociale in condizioni di estremo precariato) e naturalmente i lettori, che non hanno una giusta percezione di ciò che succede nella nostra società.

Secondo Letizia Gonzales, presidente dell'Ordine dei giornalisti della Lombardia, oggi il cronista deve fare i conti con la pressione degli editori, le "esigenze" del business e la velocità imposta dalle nuove tecnologie: si scrive contemporaneamente per il giornale, il sito, il cellulare. Si afferma un vero e proprio sistema di giornalismo che ha grandi difficoltà nel soffermarsi ad approfondire le fonti, leggere meglio dentro ai fatti e alle vite delle persone coinvolte. I giornali spesso vendono meglio se contengono una buona dose di drammaticità. In genere contano solo le notizie urlate e vengono scritte sui giornali o mandate in onda dalle televisioni quelle più estreme, come sostiene Giovanni Negri, segretario della Sezione stampa lombarda. In questa società travolta dal cinismo non ci sono più spazi per i sentimenti, ma prevale l'informazione di mercato. Come può allora il giornalista, costretto in questo sistema di "gabbie", svolgere il compito di "miglioratore del peggio" e far emergere soprattutto la responsabilità?

Secondo don Gino Rigoldi, capellano del carcere minorile Cesare Beccaria di Milano e fondatore di Comunità Nuova, il giornalismo deve prendere una nuova strada. I giornalisti, che della realtà in un certo qual modo sono i costruttori,

per raccontare i fatti della vita, del mondo, devono riscoprire il "senso di umanità", portando alla luce anche aspetti positivi di una storia, raccontando appunto (anche) la speranza che fa parte di ogni vicenda. Il tema della cittadinanza e della solidarietà, vero nodo da cui partire per ricostruire la normalità tra la gente, diventa quindi un percorso obbligato per fare cultura delle relazioni sociali e andare a fondo nei bisogni espressi dalla gente. Certo, il giornalista, nello svolgere la propria professione, non è di fatto un educatore. Ma non può, facendo informazione, non sentire il bisogno di capire il pensiero che è nell'altro.

"In questo seminario – ha concluso don Vinicio Albanesi, sacerdote, presidente della Comunità di Capodarco e di Redattore Sociale – abbiamo voluto interrogarci sul tema della responsabilità". Il ruolo "pedagogico" del giornalista è un argomento ancora tutto da approfondire e forse sarà lo spunto per il tema della prossima edizione. (*Rocco Mangiavillano*)

Libri e fiabe in valigia

Dieci illustratori per dieci valigie piene di favole e libri illustrati per bambini e ragazzi. L'originale iniziativa è nata in otto biblioteche pubbliche, per una mostra itinerante nell'ambito del progetto "La valigia dei miei sogni", presentato nel corso di Artelibro, il festival del libro d'arte a Bologna. Dalla collaborazione e dal coordinamento di otto comu-

ni, – Monteveglio, Savigno, Castello di Serravalle, Casalecchio di Reno, Monte San Pietro, Zola Predosa, Crespellano e Bazzano – un evento atto a favorire e valorizzare la rete delle attività in ambito culturale e bibliotecario sul territorio, a sostegno e promozione della lettura.

Grazie alla collaborazione dell'Assessorato alla cultura della Provincia, al contributo tecnico dell'azienda Piquadro e all'aiuto di sponsor privati, il progetto mette insieme arte e lettura sul tema del viaggio. Le valigie, con la supervisione di Sandro Natalini, docente dell'Istituto superiore per le industrie artistiche di Urbino, sono state decorate da otto illustratori di famosi libri per bambini e da due giovani studenti; esposte nella Sala del Quadrante a Palazzo Re Enzo e del Podestà, non contengono vestiti o effetti personali, ma qualcosa forse di più avvincente e accattivante: "libri" in grado di stimolare la curiosità e l'attenzione. Così diverse l'una dall'altra, nei loro disegni particolarmente vivaci e giocosi, sono concepite per promuovere l'idea che l'arte si possa "leggere" sfogliando pagine illustrate e seguendo la narrazione. Il viaggio, la ricerca di nuovi lettori e l'incontro di una editoria di qualità rendono questa iniziativa inedita. Dieci valigie in viaggio durante tutto l'anno scolastico possono portare verso nuove destinazioni, essere uno strumento di gioco, ma anche di riflessione, e suggerire l'idea che attraverso il libro illustrato si vogliono e si possono far crescere i lettori di domani. (Fiorella De Simone)

Italiano, una lingua da promuovere

Si è svolta dal 22 al 28 ottobre 2007 la Settimana della lingua italiana nel mondo, giunta quest'anno alla sua settima edizione. L'iniziativa ha messo al centro il tema *L'italiano e il mare*. Si tratta di un tema suggestivo che attraversa tutta la storia italiana e i rapporti dell'Italia con il resto del mondo.

Per l'occasione sono state allestite le mostre "Il mare di Salgari. Gli oceani, i porti, le navi e gli eroi", realizzata dalla Biblioteca civica di Verona, e "Patrimonio e memoria delle isole minori italiane", a cura della Società geografica italiana.

Finalità generale dell'iniziativa è stata quella della promozione all'estero della conoscenza e dell'interesse per la lingua italiana. Nello specifico ci si è concentrati sull'attuale situazione della lingua italiana e sull'immagine del Paese che attraverso di essa si presenta all'estero. Ogni anno viene scelto un settore d'uso della lingua per specifici approfondimenti.

L'evento, che sin dal 2001 è riuscito a catalizzare un significativo interesse nei confronti della lingua italiana e dei contenuti culturali ad essa collegati, ha fornito l'occasione per una riflessione circa la potenzialità di diffusione della nostra lingua come componente dell'immagine dell'Italia all'estero, come è risultato dagli ampi riscontri che la manifestazione ha suscitato sulla stampa italiana e straniera. Il progetto ha riscosso sin dal suo nascere il consenso e il sostegno delle istituzioni culturali operanti nei vari

Paesi di accreditamento, è cresciuto sia come qualità che come quantità di eventi, arrivando ai 1300 eventi del 2007 rispetto ai 1000 del 2005 e ai 750 iniziali.

L'organizzazione della settimana si è avvalsa ogni anno di svariati partner, e fra essi in primo luogo l'Accademia della Crusca, l'istituzione che tradizionalmente si occupa di custodire e difendere la lingua italiana. All'estero, attivi promotori degli eventi della Settimana della lingua italiana nel mondo sono gli istituti di Cultura, nonché le rappresentanze diplomatico-consolari, le cattedre di italianistica presso le università straniere, oltre ai comitati della Società Dante Alighieri e le associazioni di italiani. (*u.b.*)

Scrittura collettiva e territorio

La scrittura collettiva è una tecnica letteraria che ha come obiettivo la redazione in collettivo di testi letterari, racconti, romanzi, ma anche copioni teatrali e sceneggiature cinematografiche; è un nuovo metodo strutturato da un piccolo gruppo di esperti e sperimentato, a partire dal 2006, nelle scuole di Roma e provincia e in Abruzzo. Le storie sono ambientate nel luogo in cui vivono gli stessi autori (residenti nel territorio in cui si svolgono i laboratori guidati dagli esperti).

Due esempi di scrittura collettiva che suscitano curiosità e interesse sono pubblicati da una giovane casa editrice, Fefè Editore – che da società di servizi editoriali e della comunicazione si indirizza verso un

nuovo ramo della propria attività –, e costituiscono i primi due titoli di altrettante collane a carattere letterario: “Ologrammi Poetici”, ovvero “sogni, favole, illusioni, leggende, impressioni e soffi d'amore che si fanno realtà”, e “50 Pagine”, brevi romanzi, minigiornali di ambientazione romana, ricette di guerra, storie, la grande sfida del cinema Palma di Trevignano Romano.

Il primo è un piccolo volume doppio composto da: *Macarietto contro Luquoris* – favola scritta da 31 ragazzi tra 9 e 11 anni e *Le radici del futuro* – episodi raccontati da diciotto nonni tra 71 e 98 anni. Entrambe le storie sono legate al paese abruzzese di Morino, in Valle Roveto, inserito nella Riserva naturale di Zompo lo Schioppo. Quella degli anziani è una summa di testimonianze riguardanti la vita quotidiana, le tradizioni, le usanze del paese; quella dei giovani è una storia di fantasia, ambientata nello stesso paese, che narra le avventure di un goffo protagonista, Macarietto, alle prese con il fantasma del villaggio. La peculiarità è rappresentata dalla confezione del volume, poiché ciascuna raccolta dispone di una propria copertina dove il fronte dell'una diventa il retro dell'altra. La prefazione è di Walter Veltroni.

Il secondo volume – *Il codice di Re Anguilla*, scritto da 74 ragazzi tra i 9 e gli 11 anni della scuola San Francesco di Anguillara Sabazia, Roma, con la prefazione di Giovanni Bollea –, è invece un romanzo fantastico, una storia fantasy, un po' gialla e un po' romantica, legata al territorio su cui insiste la scuola. È

interessante sottolineare come la creatività letteraria nata da attività solitaria e individualistica si trasformi in itinerario collettivo comunitario, in gran parte verbale. Si tratta di un percorso ricco e profondo perché lo scrivere in gruppo può apportare e comportare stimoli, contributi, emozioni e anche stili diversi. (*f. d. s.*)

I mille volti della parola

La parola nelle sue diverse forme, con le suggestioni che è in grado di evocare, è il filo conduttore della “Fiera delle parole”, una manifestazione che si è svolta a Rovigo da giovedì 11 a domenica 14 ottobre 2007. La parola come strumento per affrontare i temi dell’attualità, per parlare di pace, giustizia, etica, impresa, letteratura, cinema, legalità, politica, informazione, solidarietà. Le modalità espressive coinvolte nel festival hanno compreso poesia e letteratura, cinema e fotografia.

Firma autorevole della manifestazione è stata Sergio Staino, autore dell’immagine che interpreta la

tre giorni del “verbo”, capace di legare, con la sapiente arte del fumetto, tutte le espressioni culturali che della parola si nutrono o che dalla parola traggono ispirazione. In questa occasione, Staino ha presentato il libro *Il mistero BonBon*. Erano in calendario presenze autorevoli della letteratura italiana, giornalisti, registi, musicisti e vignettisti.

Tra i protagonisti Marco Travaglio, Gherardo Colombo, Gian Antonio Stella, Dacia Maraini, Andrea De Carlo, Umberto Galimberti, Roberto Vecchioni, Lilli Gruber, Oliviero Beha, Carlo Lucarelli, Paul Ginsborg, Ugo Riccarelli, Giulietto Chiesa, Domenico Gallo, Silvano Agosti e molti altri. Il cartellone ha previsto presentazioni di novità editoriali, mostre fotografiche e di pittura, rappresentazioni teatrali, reading musicali, proiezioni di film e documentari, nonché una fiera del libro con stand di varie case editrici, sale di lettura e punti di ristoro a disposizione dei visitatori. Accanto alle iniziative letterarie si sono svolte anche gite e visite turistiche nei siti di interesse storico-culturale della zona del territorio del Polesine. (*u.b.*)

Cultura del libro e della biblioteca

Corrado Augias

Leggere. Perché i libri ci rendono migliori, più allegri e più liberi

Mondadori, 2007, p. 120, € 12,00.

Collocati sempre al crocevia di una serie diversa di generi, i libri sulla lettura e sugli scrittori continuano ad interessare il pubblico. A quale genere, a quale categoria si possono apparentare i libri come questo di uno scrittore assai noto come Corrado Augias? In parte alla critica letteraria, perché analizzano autori ed opere, suggerendo piste di lettura e chiavi interpretative. In parte al resoconto biografico, perché la maggior parte degli autori ci introduce al proprio laboratorio letterario, ai segreti - veri o presunti - del proprio lavoro.

Anche questo libro si pone degli interrogativi sulla lettura, che sono poi quelli del dibattito in corso e che la critica si è sempre posta sin dall'epoca di S. Agostino. Il più ovvio è naturalmente: perché si legge? Ma è necessario anche il suo opposto nel mondo attuale: perché non si legge?

Augias è scrittore di chiarezza rigorosa ed illuministica, dotato tra le sue molte qualità di un'ironia somniona e accattivante. In questo volume sulla lettura ha scelto quindi la strada del racconto biografico. Con un andamento gradevole, ricco di notazioni eleganti, ci fa passare davanti agli occhi le prime sensazioni delle sue letture giovanili, che nell'Italia di cinquant'anni fa furono condizionate dai libri proibiti. Si vedano le pagine divertenti che il libro dedica ad una rilettura del celeberrimo *L'amante di lady Chatterley*, messo a confronto con la letteratura più recente dedicata all'erotismo.

Sono molte le ragioni che Augias declina per invitare alla lettura: godimento estetico, crescita personale, ecc. Una però vale la pena di essere ricordata: "I libri sono uno strumento naturalmente democratico, dunque la loro lettura è, al limite, anche un 'esercizio di cittadinanza'. Per quanto mi riguarda, sono serviti a farmi uscire dalla condizione di un adolescente cresciuto in anni difficili e in un paese come il nostro dove, per le cause complicate che tutti sappiamo, i libri sono spesso stati considerati con diffidenza" (p. 114).

Nell'epoca che molti studiosi definiscono segnata dalla crisi della cittadinanza, vale la pena rifletterci ancora. (*Umberto Brancia*)

Biblioteche per tutti: servizi per lettori in difficoltà

A cura della Commissione nazionale biblioteche pubbliche
Associazione italiana biblioteche, 2007, p. 298, € 25,00.

Il volume curato da una commissione specializzata dell'Aib (Rita Borghi, Cecilia Cognigni, Pieraldo Lietti, Stefano Parise), contiene la traduzione di alcune linee guida dell'Ifla (la federazione internazionale delle associazioni e delle istituzioni bibliotecarie), che vengono dedicate all'organizzazione di servizi bibliotecari per gruppi di utenti svantaggiati.

Il tema del rapporto tra promozione della lettura e mondo del disagio (per usare un termine generale) è da diversi decenni all'attenzione degli operatori professionali del settore e delle istituzioni. Da anni, si svolgono in molti paesi europei campagne di lettura per alcuni luoghi del dolore e dell'emarginazione.

nazione: l'ospedale, il carcere, le istituzioni della sofferenza psichica o del disagio dell'età avanzata.

Più complesso, ma altrettanto importante dal punto di vista civile ed educativo, è il rapporto tra il mondo della disabilità e l'educazione alla lettura. Per i disabili si tratta infatti di predisporre tutto quell'insieme di ausili tecnici ed ambientali che consentano ad un cittadino con carenze visive, sensoriali o motorie di accedere ai luoghi della lettura. Per i disabili psichici, che possono entrare in rapporto con la lettura (magari con l'aiuto di operatori specializzati), le problematiche da affrontare sono ancora più delicate, ma altrettanto importanti.

L'educazione alla lettura e alla scrittura è comunque una tappa fondamentale per quell'allargamento dei diritti di cittadinanza ai settori emarginati e in difficoltà. Condizione primaria per potere esercitare questo diritto è l'accessibilità della biblioteca, in tutte le sue molteplici componenti (fisico, documentario, informativo).

Il volume si segnala quindi come uno strumento di lavoro, utilissimo non solo per gli addetti ai servizi bibliotecari che dovranno occuparsi di questi problemi, ma anche per tutto il mondo del volontariato e del terzo settore che è impegnato nell'opera di promozione delle fasce svantaggiate. (*Umberto Brancia*).

Raul Mordenti

L'altra critica. La nuova critica della letteratura fra studi culturali, didattica e informatica

Meltemi, 2007, p. 215, € 18,50.

Per chi si occupa di cultura del libro e si interroga sul suo destino, sono molti e diversi i motivi di interesse che può ritrovare in quest'ultima raccolta di saggi di Raul Mordenti. Il libro ha alcune singolari caratteristiche, rispetto ad una parte della produzione corrente, che vanno segnalate.

Tutta una tendenza critica degli ultimi venticinque anni, che si può chiamare post-moderna, ha evitato di interrogarsi sulle "fondamenta", sulle condizioni di possibilità della critica in relazione ai mutamenti storici, sociali e tecnologici. L'approccio interpretativo del testo è divenuto in diverse concezioni critiche una sorta di infinito e disperante gioco ermeneutico, che trova esclusivamente in se stesso le proprie regole (spesso assai friabili).

Mordenti parte invece da una affermazione, che può stupire nella sua radicalità. La critica letteraria, nata attraverso un lungo processo di formazione coevo alla crescita della modernità, non è sempre esistita e non esisterà per sempre. Nella prima parte del volume vengono appunto analizzati i passaggi storici e culturali attraverso cui si crea il concetto di letterarietà e di critica letteraria.

Un'analisi serrata alterna riletture decisive, come quella di Kant sulle origini del gusto, ad una riflessione sui mutamenti del contesto storico. Il libro viene studiato nei suoi aspetti di testo scritto, di oggetto fisico e di termine di una relazione che chiamiamo lettura. Si veda solo, per esempio, questo passaggio, relativo all'età umanistica: "L'irrigidimento del testo nella definitività della stampa è solo un aspetto di una separazione ben più radicale: quella fra il testo e il corpo" (p. 27). Il testo orale, nell'età medievale, si radicava nella centralità del corpo, mentre "con la stampa si insedia definitivamente una lettura 'pura'" (p. 27).

Come si comprende, il libro tiene a mantenere il nesso tra la funzione del testo e la nascita della ragione borghese moderna, di cui nella parte centrale si ricostruisce l'ascesa e l'involutione in corso. Sulla scia di alcune tesi di Benjamin e di George Steiner, Mordenti individua una frattura drammatica nel rapporto tra testo e senso. Nell'epoca del dominio universale del consumo e della tecnica, l'universo mentale costruito intorno al testo sembra dissolversi. Il

testo informatico è dotato dei caratteri della labilità evanescente, su cui si discute molto.

A questo pericolo incombente, Mordenti oppone la forza possibile di una ragione intenzionale, capace di ricostruire il senso del testo nelle sue determinazioni storiche. Cambiano le forme della tradizione, ma non il rapporto con il mondo reale e le sue contraddizioni, che ci invitano a pensare ancora. (*Umberto Brancia*)

Saggistica storica e politica

Barbara De Poli

I musulmani nel terzo millennio. Laicità e secolarizzazione nel mondo islamico

Carocci, 2007, p. 242, € 19,00.

Barbara De Poli insegna Storia e istituzioni dell'Africa all'Università Ca' Foscari di Venezia, ma ha avuto anche modo, per motivi di studio, di lavorare in diversi paesi arabi, in specie il Marocco, acquisendo di quelle realtà una conoscenza diretta, che infatti è alla base di questo suo volume. Rifiutando un approccio esclusivamente teorico, l'Autrice si mostra dubbiosa nei confronti di soluzioni astrattamente "filoccidentali" alla "questione islamica" – quindi in relazione ai temi della maggiore o minore laicità, dell'incidenza della religione, o magari a proposito di quella che sarebbe l'impronta autoritaria e tendenzialmente illiberale delle popolazioni arabe, o della scarsa libertà concessa alle donne, ecc. – e al contrario rivendica il primato dei fattori sociali, quindi concretamente collettivi, nella definizione di ciò che storicamente può essere considerato "islamico", "laico", "religioso" o "democratico".

In quest'ottica il volume della De Poli si distanzia da un'impostazione tendente a separare nettamente la storia e la società *nostre* dalle *loro*, impe-

dendo così qualsiasi feconda, critica interazione, ma soprattutto rischiando di conferire all'Europa – in particolare ad alcune sue specifiche aree – una sorta di insidioso primato rispetto al mondo arabo-islamico, nei confronti del quale l'unico rilevante problema, quindi, finirebbe per essere quello di uniformare realtà tanto complesse a forme politiche, economiche, giuridiche e culturali ritenute puramente, ma in realtà astrattamente, "occidentali". Dal peculiare punto di vista della società, invece, quindi dei suoi bisogni effettivi e del suo sviluppo progressivo, le teorie e le visioni unilaterali, dell'una e dell'altra parte, mostrano tutti i loro limiti, là dove il rapporto fra *noi* e *loro* diventa molto più dialettico, anche se infinitamente più problematico forse, in specie sul piano politico.

Operando una netta distinzione fra le categorie di "laicità" e "secolarizzazione", il libro pertanto, dopo un *excursus* storico di carattere generale sui principali paesi arabi, si concentra su quello che, nel corso del tempo fino ad oggi, è stato in quell'area lo sviluppo del diritto, dell'economia, dei sistemi religiosi ed educativi, o il rapporto con l'Occidente e quello fra individui, società e Stato, senza tralasciare l'evoluzione del quadro politico ed istituzionale, come sappiamo negli ultimi tempi prepotentemente interessato dal rafforzamento dei movimenti islamisti. (*Daniele D'Alterio*)

Nicola Gratteri e Antonio Nicaso

Fratelli di sangue

Pellegrini, 2006, p. 319, € 20,00.

La mafia calabrese, più nota come 'Ndrangheta, è balzata recentemente agli onori della cronaca con la strage di Duisburg connessa alla faida di San Luca. Una vicenda, questa, che ha ricordato a tutti noi, se mai ce n'era bisogno, che l'Italia e in particolare il nostro Mezzogiorno sono noti a livello mondiale non solo per la moda, il bel canto

o le bellezze paesaggistiche, ma anche per essere la terra nella quale si sono radicate organizzazioni criminali potentissime, che fatturano miliardi di euro, controllano intere regioni e spezzoni importanti della società e dei pubblici poteri, determinando in queste aree un mancato sviluppo, oltre naturalmente a una condizione esistenziale insopportabile, fatta di violenza e di illegalità.

In questo quadro il libro di Antonio Nicaso e del magistrato Nicola Gratteri – quest'ultimo da anni in prima linea nella lotta alla criminalità organizzata calabrese – è non solo bello, ma importante, di gran pregio. La completezza del saggio è testimoniata già dal sottotitolo: "La 'Ndrangheta tra arretratezza e modernità: da mafia agropastorale a holding del crimine. La storia, la struttura, i codici, le ramificazioni".

Nell'attimo in cui è ricerca, tentativo di storicizzare un fenomeno che in Calabria ha origini lontane, il libro è al contempo denuncia, volontà di portare all'attenzione generale un problema che non può essere considerato "locale". Esso, al contrario, vista la mole d'affari delle 'ndrine e i loro legami internazionali, è di portata perlomeno italiana, se non europea, e richiede pertanto risposte esplicitamente politiche e culturali, d'altronde sollecitate dagli Autori.

Il volume di Nicaso e Gratteri, infatti, nel descrivere minuziosamente le origini, lo sviluppo e l'ascesa della 'Ndrangheta, ci parla di un'organizzazione che nei criteri d'appartenenza, nei rituali collettivi, quando non nella ferocia manifestata, appare arcaica, se non tribale – si veda in merito la nota introduttiva di L. M. Lombardi Satriani, che non a caso ragiona sul tema del "sangue", centrale nelle liturgie delle 'ndrine – e che pure è perfettamente in grado di dar vita a un'industria del crimine molto "moderna" per il livello d'efficienza produttiva e di razionalità, e che gestisce traffici di stupefacenti, di armi, di rifiuti, condizionando inoltre appalti, commerci, imprese, amministrazioni locali e uomini politici.

Questo singolare binomio, del resto, ha fatto della 'Ndrangheta un complesso di cosche estremamente pericolose, proprio per la capacità che esse hanno avuto nel ricavare immensi proventi, principalmente dal traffico di droga, e parimenti nel risultare molto coese al loro interno, dove le logiche familistiche e i legami di sangue sono a tutt'oggi quasi inattaccabili con i semplici strumenti polizieschi e repressivi. (Daniele D'Alterio)

Bernardo Giorgio Mattarella
Le regole dell'onestà. Etica, politica, amministrazione

Il Mulino, 2007, p. 211, € 17,50.

Bernardo Giorgio Mattarella è professore straordinario di Diritto amministrativo presso l'Università di Siena; non nuovo ai temi trattati in questo suo ultimo volume, egli ha avuto modo di collaborare negli anni con il Ministero della funzione pubblica, la Camera dei deputati, l'Ocse e il Consiglio d'Europa, senza contare che il suo nome compare fra i promotori di una recente proposta di legge inerente l'efficienza dei dipendenti statali.

Il tema della corruzione, dell'immoralità nel settore pubblico, sia politico sia amministrativo, quando non della sua scarsa produttività fino all'insostenibile mole di privilegi di cui godrebbero settori importanti di esso, è d'altronde di un certo rilievo: è stato infatti all'origine del terremoto giudiziario che, nei primi anni '90, ha danneggiato pesantemente i partiti della cosiddetta Prima Repubblica, ed ora è tornato agli onori della cronaca, nei termini d'una larga insofferenza nei confronti della "casta" e di una conseguente, diffusa tendenza all'"antipolitica". Il lavoro di Mattarella, pertanto, è non solo di grande interesse, diciamo pure d'attualità, ma anche estremamente delicato, rilevante cioè per le ricadute politiche e sociali che a tutt'oggi può avere un serio discorso sulla pubblica amministrazione e sul tema dell'"onestà" in ambito statale.

Diciamo subito che l'Autore, a differenza di molti uomini politici e di molti

giornalisti, che sovente si mostrano infastiditi da qualsiasi tipo di critica, riconosce che i problemi della corruzione e dell'improduttività esistono nel nostro paese; sono reali, insomma, non frutto di malevole invenzioni. E se non è mai giusto generalizzare neppure sembra opportuno sottovalutare tale insieme di problemi, se è vero che a livello europeo e finanche mondiale l'Italia non è davvero ai primi posti per efficienza e moralità pubbliche. Ovviamente il libro di Mattarella affronta l'argomento in termini giuridici, quindi rigorosamente scientifici, insistendo molto da un lato sull'inadeguatezza delle regole che normano l'attività dei funzionari, dall'altro sulla debolezza dei controlli preventivi, settori questi entrambi da modernizzare, ma sulla base di un forte rispetto per il dettato costituzionale.

Auspiciando un'attenzione maggiore da parte degli studiosi di diritto per il tema dell'etica pubblica, l'Autore nel corso della sua trattazione prende in esame le maggiori categorie di dipendenti statali (politici, magistrati, impiegati), riservando inoltre un capitolo ai dipendenti privati che svolgono lavori e mansioni di interesse generale, indirettamente pubblico quindi, mentre "i primi due capitoli sono volti a inquadrare il tema delle regole di comportamento [...] in due contesti più ampi: quello della prevenzione della corruzione e del malcostume politico e amministrativo [...]; e quello della comparazione, che mostrerà come problemi e rimedi sono spesso comuni nei diversi ordinamenti giuridici, ma che in alcuni paesi la politica di prevenzione è condotta in modo più efficace che in altri" (p. 13). (*Daniele D'Alterio*)

Giovanni Sale

Il Novecento tra genocidi, paure e speranze

Jaca Book, 2006, p. XIX-330, € 23,00.

Il libro è basato su una serie di articoli apparsi su "La civiltà cattolica", la rivista dei Gesuiti considerata "organo

ufficioso" della Santa Sede in ambito politico-culturale. Giovanni Sale – docente nell'Università Gregoriana di Roma e autore di numerosi saggi di politica nazionale e internazionale – ha rielaborato quegli articoli con l'intento di approfondire alcuni avvenimenti particolarmente significativi nel quadro di un "secolo breve" (secondo la nota definizione di E. J. Hobsbawm) ma incredibilmente denso.

L'Autore ha collocato le sue indagini all'interno di tre temi – il genocidio, la paura, la speranza – che sono a suo giudizio fondamentali per la comprensione del clima ideologico, culturale e sociale da cui scaturirono gli eventi tragici del secolo scorso. Segnato innanzitutto profondamente dai genocidi: quello, a lungo dimenticato, degli armeni, perpetrato dal governo turco del tempo; e quello degli ebrei, uno dei crimini più orrendi generati dall'odio di razza: qui l'autore approfondisce le ragioni storiche dell'antigiudaismo cristiano e la dibattuta questione del rapporto della Chiesa cattolica con l'Olocausto. La seconda parte affonda due momenti della "paura": la guerra aerea, che fu particolarmente cruenta, sia da parte dei tedeschi che da parte degli anglo-americani, con i bombardamenti a tappeto di intere città; e i massacri delle foibe, un capitolo della storia nazionale a lungo oscurato, che solo da alcuni anni sta venendo faticosamente alla luce.

La terza parte del libro è quella a cui Sale ha inteso dare maggior rilievo, la *pars construens* rappresentata dalla ricerca di un progetto di rinascita spirituale, dopo i disastri delle guerre, che desse forza e sostanza alla ricostruzione materiale e morale, alla rifondazione degli ordinamenti istituzionali nazionali e internazionali. Su questo versante l'Autore dà ampio risalto all'azione propulsiva della Chiesa, mettendo in luce le linee innovative del magistero di Pio XII e affrontando la questione, ancora aperta e dibattuta, dei presunti silenzi del pontefice durante gli anni della seconda guerra mondiale. A supporto

di queste tesi, Sale presenta un'ampia appendice costituita da materiali documentari inediti di diversa provenienza tratti dall'archivio della "Civiltà cattolica". (Lorenzo Ermini)

Chiara Santini

Il giardino di Versailles. Natura, artificio, modello

Olschki, 2007, p. 284, € 28,00.

Il libro della ricercatrice Chiara Santini fa parte della collana "Giardini e paesaggio", della casa editrice Olschki, e prende in esame la nascita e l'edificazione di quello che ben oltre il XVII secolo, in Francia e in Europa, è stato considerato il giardino per antonomasia: Versailles. Inserendosi in un filone consolidato di studi storici, che in molte occasioni ha fatto del "giardino" e del "paesaggio" il paradigma capace di comprendere, spiegandole, complesse vicende sociali e culturali, l'Autrice descrive in maniera minuziosa non solo le astratte ragioni politiche, filosofiche o forse "spirituali" che sono all'origine del "progetto Versailles" voluto da Luigi XIV, bensì gli eventi tangibili di coloro che concretamente lo animarono, quindi i tecnici e le maestranze che in diversi ambiti e svolgendo mansioni molteplici resero possibile questo autentico capolavoro.

È così che la Santini, favorendo un approccio originale, reso possibile dalla consultazione di documenti e fonti di archivio in grado di privilegiare uno specifico campo di indagine, ci mostra Versailles non solo come "trasposizione nella realtà di una visione geometrica dell'universo" o come esempio del "potere monarchico e dello splendore della corte di Luigi XIV" (p. X), ma soprattutto come grande laboratorio collettivo, in cui tecniche e saperi manuali si confrontano, si relazionano, in molti casi si fondono, intimamente mutando ma anche dando vita in più campi ad esiti innovativi, inediti, oltre che di *longue durée*. Per queste ragioni il volu-

me, nei suoi sette capitoli e nelle sue 284 pagine complessive, ci parla di un "giardino" ricco non solo di fiori, bensì di meravigliose competenze professionali: dai progettisti-ideatori – in primis André Le Notre – ai giardinieri, dai fontanieri agli ingegneri idraulici di vario tipo, dai tecnici di ogni specie fino agli agrimensori.

Concentrandosi più sulla "costruzione del giardino" rispetto al "giardino costruito", la Santini pertanto ritiene il processo costitutivo di Versailles un "vero e proprio sistema territoriale *ante litteram*", che reclama "uno statuto indipendente sia dalla storia dell'arte che dall'orticoltura", e in conclusione del suo lavoro può quindi scrivere: "*L'edificio invisibile* che stava dietro l'ordinato paesaggio del giardino ha così svelato i suoi complessi meccanismi, i suoi attori, i suoi tempi, le sue incoerenze. Prima che un sontuoso palazzo, Versailles fu un brulicante cantiere nel quale le fabbriche si succedevano senza sosta in maniera spesso disordinata e discontinua. Nell'arco di cinquant'anni i tecnici di Luigi XIV riscrissero la geografia di un'intera regione e svilupparono conoscenze innovative nel campo delle scienze idrauliche e dell'organizzazione del territorio", condividendo inoltre "i loro saperi e le loro esperienze con gli altri professionisti attivi sul cantiere" (p. 251-252). (Daniele D'Alterio)

Vladimiro Satta

Il caso Moro e i suoi falsi misteri

Rubbettino, 2006, p. 514, € 20,00.

"I miei lettori sono tutti coloro che sono disposti a rimettere in gioco le proprie convinzioni". Vladimiro Satta, funzionario del Senato, documentarista della Commissione stragi dal 1989 al 2001 e autore del libro sul caso Moro, descrive in questo modo il suo potenziale pubblico. Il libro, una rilettura senza dietrologie del rapimento e dell'assassinio dell'allora segretario del-

la Democrazia Cristiana Aldo Moro, è stato presentato presso la Biblioteca di Storia moderna e contemporanea, Palazzo Mattei di Giove a Roma. Il luogo è particolarmente significativo perché gli eventi si svolsero allora proprio di fronte al palazzo e la Biblioteca si trovò ad essere testimone di uno degli avvenimenti più complessi e drammatici della storia del paese.

La tesi del libro è che la storia palese sia in realtà quella vera e si fonda su un'attenta e puntigliosa analisi delle carte. Sulla base di documenti e testimonianze dell'epoca, lo storico dà infatti conto delle sue attente ricerche per dimostrare come la maggior parte dei presunti misteri di tale vicenda siano in realtà falsi. Il saggista ricorda a tutti gli appassionati del caso Moro, all'opinione pubblica che sembra prestare fede ai complotti, che sull'assassinio dello statista democristiano è stato scoperto in realtà tutto.

Molti sono gli interrogativi sollevati, alcuni dei quali alquanto difficili da sciogliere; se, ad esempio, a uccidere Moro non furono soltanto le Brigate Rosse, se esisteva qualche legame tra la P2 e l'omicidio oppure se le Brigate Rosse furono un prodotto autoctono nella società italiana e agirono sempre in autonomia. Alcuni significativi capitoli del volume intitolati "Segreti grandi, piccoli e di pulcinella", "Il miraggio della trattativa", "La pista orientale", sviluppano i legittimi interrogativi che non hanno mai trovato in realtà conferme, ma l'autore fornisce spiegazioni puntuali tali da ricondurre gli eventi alla esclusiva responsabilità delle Br che probabilmente, egli sostiene, agirono in coerenza con la loro storia.

Le plausibili verità emerse dai processi vengono prontamente confutate, ma se gli interrogativi per lo storico rimangono, non ci si può fermare alle ipotesi complottistiche. In che termini esiste il problema storico? Tanti documenti sul caso Moro e sulla storia del terrorismo italiano devono essere an-

cora pubblicati e le fonti documentarie negli archivi parlamentari non sono di facile e immediata consultazione. Per visionare il materiale è necessario prendere un appuntamento e non è ancora possibile uno studio complessivo delle carte nella Biblioteca pubblica di Palazzo San Macuto.

Satta fa anche una riflessione sul rapporto tra la scomparsa del leader democristiano e la storia complessiva del nostro paese. Un lavoro, il suo, ricco di riferimenti a varie vicende dell'epoca – terroristiche, e non solo - e di collegamenti con l'attualità. (*Fiorella De Simone*)

Società e comunicazione

Chris Anderson

La coda lunga.

Da un mercato di massa a una massa di mercati

Codice, 2007, p. 235, € 19,00.

La diffusione di Internet, in cui chiunque può consultare in qualsiasi momento infiniti elenchi di prodotti, ha permesso di abbattere i costi di distribuzione e di magazzino, spezzando il legame che collegava il successo alla concretezza del contatto e del vedere. Il modello economico tradizionale viene sostituito dalla possibilità di gestire un catalogo virtuale pressoché illimitato.

I grandi motori di ricerca hanno enormi potenzialità economiche, e su questo ormai da tempo si discute tra gli economisti e nel mondo dell'editoria. Nel suo libro, Anderson dimostra che, applicando la teoria della "coda lunga", il mercato potenziale può più che raddoppiare. Questa teoria è nata come articolo, ed è proseguita su uno dei blog più visitati della rete (www.thelongtail.com).

Scritto nell'ottobre del 2004, l'articolo, dal nome omonimo, esponeva la

frattura che si sta realizzando in tutti quei mercati esposti allo spazio illimitato dell'esposizione virtuale (come Amazon, iTunes e molti altri). Quando la pubblicazione di un libro o la diffusione di un pezzo musicale non dipendono più dalla dimensione spazio-temporale, tutti possono diventare (teoricamente) scrittori o musicisti.

In un mercato basato sulla "coda lunga", il nodo centrale sta nel fatto è che ciascuno può avere un pubblico: si tratta di un pubblico di nicchia, come i generi e gli stili che vengono praticati. Ma è una nicchia che ha una sua precisa riconoscibilità, utile ai fini economici. Nell'epoca della virtualità, decine di prodotti di nicchia venduti online hanno lo stesso interesse economico delle migliaia di prodotti conservati fisicamente nei grandi spazi di un supermercato o di una libreria. La somma di piccoli mercati virtuali può diventare conveniente quanto un grande mercato tradizionale.

La teoria della "coda lunga" spiega con grande efficacia alcune trasformazioni della nostra cultura e della nostra economia. Scritto con piacevole vivacità, corredato da una miriade di esempi tratti dalla sua esperienza, il libro di Anderson è una testimonianza preziosa della velocità di queste mutazioni. (*Umberto Brancia*)

Fabrizio Floris

Eccessi di città. Baraccopoli, campi profughi e città psichedeliche

Paoline, 2007, p. 184, € 11,00.

Da quando è cominciata a cambiare la città? Probabilmente dalle sue origini. Il cambiamento è nella natura stessa di ogni spazio abitato, che organizza le relazioni e la comunicazione tra gli uomini.

Lewis Mumford, negli Anni Quaranta e Cinquanta, sottolineava gli elementi critici di queste trasformazioni e parlò di passaggio dalla metropoli alla necropoli, intendendo con questo

uno spazio che muore e va in decadenza. Walter Benjamin nei suoi studi sulla *Parigi del XIX secolo*, ne esaltava le caratteristiche di mobilità culturale e percettiva (negli spostamenti urbani si forma e si condensa una nuova immagine di sé e del mondo).

Questo libro, sulla scia di analisi sociologiche e giornalistiche di questi ultimi anni, racconta tre nuove realtà urbane tipiche del mondo globalizzato: la periferia di Torino, in cui si manifestano i nuovi fenomeni del disagio post-moderno (povertà e sofferenza, assenza di ogni coesione sociale); la baraccopoli di Korogocho a Nairobi, in cui l'autore si immerge accompagnato dallo sguardo addolorato di Alex Zanotelli; un campo profughi a Kakuma, una regione al confine fra Sudan, Uganda, Etiopia e Kenya, in cui si sono rifugiate 86.000 persone fuggite da tante situazioni di guerra e di morte.

Da queste esperienze apprendiamo con drammatica evidenza quanto la realtà della città (delle metropoli, forse è da dire) sia cambiata profondamente dalla fine dell'altro secolo ad oggi.

Come ha spiegato nei suoi studi anche Mike Davis, crescono intorno alle metropoli del pianeta nuovi spazi, degli autentici non-luoghi, che raccolgono i profughi, i migranti e i poveri di tutte le regioni vicine. È stato ipotizzato, con calcoli credibili, che queste non-città raccolgano - dall'India all'America del Sud - un miliardo di individui. Si comprende il valore simbolico del titolo del volume: questi dati caratterizzano appunto questi "eccessi" di città.

Floris sa usare con attenzione le analisi economiche e riesce a restituirci l'aspetto umano del suo viaggio nel dolore delle città: "Ricordo Doris, con cinque 'figli' da accudire, tutti di altrettante figlie morte di Aids. Faceva due lavori, per evitare che i bambini andassero a raccogliere il cibo nella discarica del Mukuru. Doris: una persona, allegra, vitale, che dispensava sorrisi a tutti" (p. 42). (*Umberto Brancia*)

Aldo Grasso

La Tv del sommerso

Mondadori, 2006, p. 189, € 9,40.

Aldo Grasso non è soltanto il più famoso critico televisivo italiano, ma è divenuto negli anni noto al gran pubblico come opinionista caratterizzato da una presenza ironica e garbata. Grasso svolge dal 1990 l'attività di critico televisivo sulle pagine del "Corriere della Sera" e da qualche anno è docente universitario di storia della televisione. Non parla però di radio e di televisione solo da un punto di vista pedagogico o teorico: è stato anche autore televisivo e direttore di programmi radiofonici. Questa doppia esperienza dà ai suoi volumi una forza e un interesse che ne hanno fatto un autore accolto con favore dal grande pubblico.

Nei suoi libri, Grasso ha due qualità: la costante leggerezza del tono e l'acutezza dello sguardo sociologico. In questo libro, che amplia con un nuovo dato un volume del 2004, compie un lungo viaggio dentro un mondo spesso ignorato, quello delle tv locali, una realtà comunicativa su cui si ironizza senza conoscerla a fondo. Lui è invece andato ad esplorarla con attenzione e dal Piemonte alla Sardegna al Lazio documenta esperienze curiose, a volte legate ad impegno culturale, più spesso di taglio commerciale o di interesse folklorico: "Prospera un sommerso televisivo non scalfito dalla vergogna: imbonitori che si azzuffano con la lingua italiana, maghi e maghetti che promettono miracoli via etere, preoccupati solo di segnalare il numero in sovrimpressione." (p. 12).

Il racconto di Grasso non è però fatto o snobistico, e si pone alla fine una domanda seria: nell'epoca della globalizzazione, qual'è la ragione del permanere di queste realtà televisive, che sembrano provinciali? La risposta è lucida e di amara attualità: "La tv locale assicura legami 'umani' in una società sempre più fluida. Ci si riconosce nei protagonisti della porta accanto, si impara da loro a condividere problemi e a negoziare i confini tra pubblico e privato, si

ha la sensazione di stabilire insieme le questioni soggettive e oggettive degne di essere discusse in pubblico" (p. 36).

Il libro è completato da una serie di informazioni sui nomi delle tv, gli indirizzi Internet e i dati degli ascolti. Insomma, uno strumento utile e gradevolissimo per essere spettatori meno passivi e acquiescenti. (*Umberto Brancia*)

Denis McQuail

Sociologia dei media

Il Mulino, 2007, p. 425, € 24,50.

Vale la pena dare notizia dell'uscita di questo volume, per alcuni aspetti inusuale. Si tratta di una riedizione riveduta e accresciuta di un libro uscito qualche anno fa. L'autore è uno studioso celebre nel mondo anglosassone per i suoi studi sui mezzi di comunicazione di massa e questo volume ha raggiunto un pubblico vastissimo con numerose riedizioni.

Il motivo è abbastanza facile da spiegare. McQuail è riuscito a sintetizzare insieme due aspetti diversi. Il volume è innanzitutto una trattazione manualistica che ha il pregio del rigore e dell'eshaustività. Viene ricostruita la nascita dei primi mezzi di comunicazione, con attenzione specifica al rapporto tra questi e lo sviluppo sociale e tecnologico. "In generale, ad un maggior grado di apertura della società è corrisposta una maggiore tendenza allo sviluppo della tecnologia della comunicazione, fino al massimo del suo potenziale" (p. 36).

Questo processo si accentua con l'età contemporanea, in cui le invenzioni tecniche entrano in sintonia con i rapporti sociali e la comunicazione pervade lentamente tutta la vita collettiva. L'autore entra nel merito di tutte le principali teorie che la società di massa ha prodotto sui media, analizzando limiti e contesto storico. Dal ruolo dell'opinione pubblica a quello della politica e delle istituzioni, ogni aspetto del mondo mediatico viene analizzato con continui riferimenti al dibattito più recente.

McQuail ha aggiunto due capitoli inediti legati ai nuovi contesti della mondializzazione, che ha modificato la nostra immagine del mondo. Uno è dedicato proprio alla comunicazione su scala globale: si pensi al ruolo delle grandi corporazioni televisive, che oggi coprono tutti gli avvenimenti mondiali ventiquattro ore su ventiquattro.

L'altro tocca invece il nodo più importante per gli anni a venire: le innovazioni della comunicazione. Da Internet della prima generazione stiamo passando ai network sociali, che costruiscono sistemi di reti (dai blog alla televisione in rete ai cellulari multifunzionali). Trasformazioni sconvolgenti, che il libro analizza senza pedanteria, fornendo una serie di strumenti di valutazione critica. *(Roberto Baronti)*

Archeologia

Archeologia subacquea in Croazia. Studi e ricerche

A cura di Irena Radic Rossi
Marsilio, 2006, p. 174, € 29,00.

Il mare è da sempre l'elemento propulsore della civiltà umana: indiscusso protagonista di tutte le forme d'arte delle civiltà antiche, lo ritroviamo in capolavori epici come *l'Iliade* e *l'Odissea*, nell'arte pittorica egizia, minoica e micenea e nella pittura vascolare greca.

Il mare in generale, e nel caso specifico il Mediterraneo, ha svolto da sempre una funzione unificatrice delle popolazioni ad esso collegate attraverso una fitta rete di commerci e di viaggi, influenzandone in maniera determinante la storia, l'economia, la politica. È per questo motivo che l'archeologia subacquea riveste una importanza primaria nello studio delle civiltà antiche.

La Croazia è ricca di siti sommersi che, come in ogni luogo purtroppo, sono stati per anni esposti a distruzione e trafugamenti. Per questa ragione la Soprintendenza per la protezione dei beni

culturali della Repubblica di Croazia, con a capo l'archeologo Dasen Vrasalovic, ha messo a punto un programma di catalogazione, documentazione e protezione del patrimonio archeologico subacqueo. Il volume raccoglie i primi risultati del progetto: essi vanno dallo sviluppo della ricerca scientifica, alla protezione pratica e amministrativa dei siti.

Nella consapevolezza che ancora molto c'è da fare per la tutela di questi particolari beni, accogliamo con ottimismo e soddisfazione il presente volume, con la speranza che tutti i paesi europei legati al Mediterraneo ne tutelino, conservino e valorizzino l'immenso patrimonio archeologico sommerso. *(Antonio Lasco)*

Le catacombe del Lazio.

Ambiente, arte e cultura delle prime comunità cristiane

Esedra, 2006, p. 626, € 65,00.

Il volume si offre come un vero e proprio cammino di conoscenza e valorizzazione di alcuni luoghi del Lazio a torto spesso considerati di minore valore storico. Fra questi figurano i complessi catacombali che si estendevano e sviluppavano lungo le vie consolari che uscivano dall'Urbe. Percorrendo gli antichi tracciati stradali di Cassia, Salaria, Latina, Labicana e Appia, è possibile ammirare il territorio laziale con il suo immenso patrimonio che racchiude insieme arte, natura, memorie, storia e architettura. Le province coinvolte nella ricerca sono quattro: Roma, Frosinone, Rieti e Viterbo; all'interno di esse sono stati scelti e studiati in totale nove siti archeologici.

Il volume è diviso in quattro parti: nella prima vengono messi in luce gli aspetti storici, topografici e strutturali delle catacombe. Il capitolo è curato da Vincenzo Fiocchi Nicolai, noto studioso di archeologia cristiana. La seconda parte, a cura di Michela Roi, mette in luce gli aspetti giuridici relativi alla tutela del bene culturale di interesse religioso. Nella terza parte l'antropologa Eloise Longo delinea

un quadro del territorio in esame, basato sul rapporto tra società e luoghi sacri, per coglierne permanenza e mutamenti; il capitolo si chiude con una serie di schede in latino sulla passione dei martiri.

La quarta ed ultima parte è dedicata agli aspetti geomorfologici del territorio circostante ad ogni catacomba; le geoarcheologiche Antonella Molinaro e Cristina Villani forniscono informazioni utili per comprenderne evoluzione e trasformazione fino ad arrivare ai nostri giorni. Infine, Laura Sanzi ci descrive un itinerario enogastronomico tutto da seguire, per scoprire e degustare i sapori di questa terra. (*Antonio Lasco*)

Roma. Memorie dal sottosuolo. Ritrovamenti archeologici 1980-2006

A cura di M. A. Tomei
Catalogo della mostra (Roma, 2 dicembre 2006 - 9 aprile 2007)
Electa Mondadori, 2006, p. 614, € 60,00.

Roma non smette di stupirci per le sue meraviglie archeologiche. E lo fa attraverso una esposizione che ha evidentemente saputo rispondere appieno alle aspettative previste, tanto da essere prorogata oltre i termini prefissati.

La Soprintendenza archeologica di Roma in questa occasione ha voluto proporre al grande pubblico una raccolta di circa 2000 reperti archeologici, mai esposti prima d'ora, provenienti dalle campagne di scavo degli ultimi venticinque anni. Ed il relativo catalogo ne offre una ricca e puntuale testimonianza.

I reperti presentati provengono da indagini che hanno riguardato prevalentemente scavi preliminari ad interventi urbanistici e, meno spesso, scavi effettuati con finalità didattiche da parte di università o istituti italiani e stranieri.

Il contesto architettonico scelto per ospitare la mostra ha arricchito di ulteriori suggestioni la storia dei reperti, aprendo uno scorcio anche sulla vicenda della città: gli ambienti delle Olearie Papali, prima riserva olearia della città, rimandano infatti alle attività economiche e commerciali

della Roma della metà del Cinquecento, quando la piazza di Termini cominciava ad assumere il ruolo di "centro annonario della città". L'allestimento dell'esposizione, articolandosi attraverso vetrine prive di un tema specifico, ci ha riportato alle collezioni ottocentesche, in cui l'aspetto fortuito e straordinario della scoperta dominava rispetto al dato cronologico.

Dalle principali indagini del centro storico di Roma - in particolare Foro e Palatino - si segnalano, tra gli altri, splendidi pezzi in alabastro come la tigre in marmo colorato o la raffinata testina di Serapide dal tempio della *Magna Mater*, anche se è dalle aree del suburbio che proviene la maggior parte dei materiali esposti.

Una mostra, dunque, che testimonia come, ancora una volta, Roma continui ad essere il più grande museo archeologico esistente. (*Elisabetta Pagani*)

Francesca Veronese

Lo spazio e la dimensione del sacro. Santuari greci e territorio nella Sicilia arcaica

Esedra, 2006, p. 682, € 50,00.

Molto spesso nella sua storia l'uomo greco ha fatto un uso del sacro che è andato ben oltre la sfera religiosa, trasformandolo in uno strumento di comunicazione ideologica, imponendo in questo modo la propria supremazia politica e culturale.

In questa logica, anche il luogo di devozione per eccellenza, il Santuario, con i suoi sfarzi e le sue ricchezze, acquista sin dalla Grecia arcaica un valore economico e politico fondamentale. Questo lo si avverte soprattutto nella Grecia d'Occidente, dove la necessità di porre un segno forte ed evidente a garanzia del proprio dominio era maggiormente sentita da parte dei greci colonizzatori.

In questo modo, il luogo di culto rientra a pieno titolo in quella categoria "dell'iconografia del potere", fondamentale espressione simbolica del mondo antico.

Il mondo ellenico, permeato di sacralità, non lascia quindi scampo ai suoi

studiosi, per i quali il confronto con la realtà del sacro diventa un argomento inevitabile.

L'intento di questo volume è quello di ricostruire il paesaggio - fatto di templi monumentali, piccoli edifici di culto, stipi votive - creato dai greci nell'età arcaica nei luoghi toccati nella loro espansione.

Per questa ricerca gli archeologici si sono avvalsi dell'utilizzo del Geographical information system (Gis) che ha permesso la restituzione tridimensionale dei siti in questione, dando la possibilità agli studiosi di cogliere alcuni aspetti inediti della realtà vissuta dagli antichi coloni greci.

Il lavoro è strutturato in tre parti: la prima è dedicata alla Sicilia colonizzata e alla questione a lungo dibattuta dei luoghi di culto nei contesti extraurbani; la seconda parte include l'insieme dei Santuari studiati, siano essi urbani, suburbani, extraurbani, o dislocati nell'estrema periferia; la terza e ultima parte riguarda la realtà del Gis dove vengono analizzati i dati e fatte le prime ipotesi conclusive.

In definitiva, gli argomenti portanti di questa ricerca - religione e politica, realtà del sacro e territorio - nel loro intrecciarsi si presentano come un'occasione importante di studio di quel delicato periodo della Grecia arcaica occidentale e del rapporto, a volte drammatico, tra colonizzatori e popolazioni locali. (*Antonio Lasco*)

Arti figurative, Architettura

Hans Belting

La vera immagine di Cristo

Bollati Boringhieri, 2007, p. 249, € 48,00.

Un'antropologia dell'immagine di Cristo caratterizza il volume dello studioso di arte medievale, storia dell'arte e teoria dei media Hans Belting. L'introduzione al libro inverte i poli cronologico-tematici, mostrando come, con l'avvento del cinema e della televisione, l'immagi-

ne di Cristo abbia subito mutamenti profondi, grazie ad esempio alla "lettura" di un intellettuale come Pasolini, o a quella crudemente violenta che ci restituisce il Cristo di Mel Gibson, o propagandistica, come il *Jesus* ideato da Bill Bright del 1979 e basato sul Vangelo di Luca. L'introduzione, poi, lascia posto alla parte più interessante del libro: immagini di Cristo come temi della fede, elaborate prima della Riforma, dal cristianesimo delle origini, secondo l'audace analogia tra teologia e immagine pervenuta dalla primissima tradizione apostolica: ecco allora i commenti di Paolo, Marco, Giovanni, e in un secondo tempo Tertulliano, sull'*immagine* di Dio "non fatta da mano d'uomo".

Belting apre poi una digressione sulla prima e vera immagine-reliquia, nota come Sindone, ragionando non sul versante scientifico (vera o falsa?), ma su cosa essa ha rappresentato per il cristianesimo antico: la prova cioè, che contenesse il corpo di Cristo, di cui si poteva toccare persino l'impronta lasciata dal lenzuolo che l'avvolgeva, classificato a buon diritto come primo *instrumentum* che ne riproduceva l'immagine. Solo nel tardo medioevo la Sindone e le prime rappresentazioni-reliquie vengono imposte di valenze religiose e affiancate da molteplici "copie": queste accentuarono l'immagine della sofferenza, arricchendo di particolari raccapriccianti il martirio di Cristo. Un'ultima, interessante considerazione l'autore la rivolge al potere che in epoca carolingia assunsero i codici miniati e scritti. In effetti, l'intero "Corpus" del testo si mescola ora con le immagini, sperando di "addomesticarle". Insomma, si prediligeva per la *prima volta* la parola all'immagine. Esempio ne è *l'Evangelario di Lindisfarne* (698 circa).

Nel corso dei secoli, e più precisamente durante la Riforma, la disputa riguardante l'immagine di Cristo ebbe una battuta d'arresto. Essa fu provocata dalla rivoluzione portata dall'invenzione della stampa, subito utilizzata a fini religiosi, soprattutto da Lutero: i libri strapparono il monopolio alle imma-

gini, relegando a un ruolo più marginale la figurazione di Cristo, poiché in qualunque comunità ora almeno una persona alfabetizzata poteva leggere la Bibbia per avviare una riflessione sulla parola di Dio. (*Andrea Sabatini*)

Leonardo Benevolo

L'architettura nell'Italia contemporanea. Ovvero, il tramonto del paesaggio

Laterza, 2006, p. 243, € 18,00.

L'autore spiega come il titolo di questo libro solo apparentemente abbia due significati in contrasto fra loro: l'architettura in Italia e il tramonto del paesaggio. L'architettura dovrebbe far risplendere il paesaggio e non portarlo al crepuscolo. In realtà, l'ovvero nel titolo non è disgiuntivo, ma esplicativo; consente ai lettori giovani di collegare più agevolmente l'architettura, che ha reso l'Italia di una volta grande agli occhi del mondo, alla crisi della cornice ambientale che tutti stiamo vivendo ormai da decenni.

Leonardo Benevolo è il più profondo conoscitore della realtà territoriale italiana ed è anche lo scrittore più dotato di appassionanti qualità divulgative di una materia complessa e talvolta resa ancor più complicata da linguaggi incomprensibili. La presente descrizione rende testimonianza dell'interesse generale che gli argomenti raccolti rivestono non solo per lettori architetti, o tecnici, ma anche per tutti coloro che vogliono ascoltare il racconto di cronache che ci riguardano da vicino.

Il racconto è centrato sull'architettura in Italia dall'unità ad oggi. Sono i centocinquanta anni nei quali si sono verificati i maggiori cambiamenti nella storia del paese e del continente europeo. La scomparsa del paesaggio tradizionale avviene repentinamente dopo l'unificazione sotto la corona sabauda. La cultura del realismo provoca una riscoperta dei luoghi e degli ambienti naturali negli ultimi decenni dell'Ottocen-

to e fino al fascismo. La dittatura porta, sotto la bandiera di un rinnovamento rivoluzionario, a una duplice distruzione del territorio e del paesaggio, con il programma dei riambientamenti urbani e delle modernizzazioni e con la catastrofe della guerra mondiale.

La ricostruzione nel dopoguerra è ancora complessivamente un effetto del fascismo. Il tentativo di riportare il paese a livelli di sviluppo urbano e territoriali, confrontabili col passato storico e con il presente di altre nazioni europee, è portato avanti con la pianificazione dai governi di centro sinistra. L'eclisse della progettazione territoriale e la decadenza del territorio italiano rientrano in uno sviluppo di eventi mondiali, che culminano in grandi cambiamenti politici. Si avverte per la prima volta nella storia l'unificazione degli scambi culturali in un processo di globalità planetaria.

Avendo presente questo quadro generale, l'autore registra con speranza alcuni tentativi recenti di miglioramento. (*Pier Giorgio Badaloni*)

Robert Byron

Il giudizio sull'architettura

A cura di Renzo Dubini e Angelo Maggi
Allemandi, 2006, p. 147, € 15,00.

Nel presente saggio sono condensate le osservazioni sull'architettura di uno dei più noti scrittori britannici di viaggi del XX secolo. L'interesse di Robert Byron per l'arte e l'architettura è caratterizzato da un solido legame con la tradizione, unito ad un aperto interesse per la modernità. Nella sua concezione dell'architettura, sono fondamentali i riferimenti a Geoffrey Scott, l'autore dell'*Architettura dell'Umanesimo*, e alla dottrina della pura visibilità di Heinrich Wölfflin. La costruzione dell'architettura deve avvenire attraverso uno specifico processo progettuale che tenga conto dei pochi e fondamentali elementi determinanti la legge di sviluppo dell'idea di un organismo edilizio.

Il disegno architettonico rimane l'unica esperienza di progettazione che rea-

lizza, con l'organizzazione delle linee e delle masse, un sistema organico basato contestualmente sulla statica e sulla dinamica. L'analisi di una vera e propria teoria dell'architettura è sviluppata attraverso l'attenta osservazione delle tendenze dell'architettura moderna, delle più avanzate realizzazioni industriali, delle opere europee di Le Corbusier, dei nuovi edifici americani, delle realizzazioni d'avanguardia in Olanda, Germania, Svezia, Russia.

Nei viaggi extraeuropei di Byron, è evidente un interesse specifico per l'architettura istituzionale e per le particolari implicazioni culturali e politiche che in essa emergono. In questo quadro è rimarchevole il resoconto dell'esperienza fatta con l'esame dei complessi edilizi delle nuove sedi governative in India, paese in quegli anni colonia della corona britannica.

Nel testo, emerge, infine, con forza, l'interesse per la salvaguardia del patrimonio architettonico. Byron è spinto a divenire uno dei membri più attivi del Georgian Group, fondato nel 1937 grazie all'energica azione di lord George Derwent. L'associazione si propone di sensibilizzare l'opinione pubblica alla difesa degli edifici di importanza storica, in particolare di quelli costruiti tra il 1700 e il 1830, il periodo più rilevante nell'avanzamento della Gran Bretagna come potenza industriale.

Il volume, particolarmente accurato nella veste editoriale e nella stampa, è da segnalare anche per l'ampio e inedito corredo di illustrazioni. (*Pier Giorgio Badaloni*)

Carlo Scarpa

Atlante delle architetture

A cura di Guido Beltramini e Italo Zannier
Marsilio, 2006, p. 318, € 52,00.

La più ampia e dettagliata rassegna delle opere del grande architetto nell'anniversario del centenario della nascita. Il presente *Atlante* offre materiale di studio, fonti visive per la ricerca e per la conoscenza delle realizzazioni

dell'artista. Nasce dalla campagna fotografica realizzata dal 2004 al 2006, per conto del Centro internazionale di studi Andrea Palladio, e diretta da Italo Zannier e Guido Beltramini, grazie a un finanziamento della Regione Veneto nell'ambito delle iniziative internazionali per la conoscenza e la promozione del patrimonio culturale legato a Carlo Scarpa e alla sua presenza nel Veneto.

Il volume contiene una lettura, attraverso disegni e immagini fotografiche di grande rilevanza artistica, delle opere realizzate nel corso di quarant'anni, presentate e commentate in sequenza cronologica. Si tratta della prima, autentica esperienza di opera integrale, se non completa, prevalentemente illustrativa, come di fatto si esige da un'attività lavorativa svolta quasi esclusivamente attraverso splendidi grafici e quanto mai accurate restituzioni visive.

Sono riuniti quarantatre realizzazioni, restauri e architetture d'interni, allestimenti e musei, particolari di arredi e sistemazioni di esterni; una massa incomparabile di idee del più antiaccademico architetto italiano del novecento. Partono dagli interventi nell'università veneziana di Cà Foscari, per terminare con le illustrazioni del complesso monumentale Brion a San Vito d'Altivole, presso Treviso. Fra le altre testimonianze, si citano le illustrazioni della casa Bellotto e delle Gallerie dell'Accademia a Venezia; delle case Romanelli e Veritti a Udine; della chiesa di nostra Signora del Cadore, nella località omonima; del museo di Castelvecchio a Verona; del museo Revoltella a Trieste. Un complesso di realizzazioni che attesta una creatività inesauribile in ogni aspetto e a tutte le scale della progettazione architettonica.

Sono inoltre da segnalare come autentici autori i fotografi di questo atlante, Gianantonio Battistella e Václav Sedy. Essi, come sottolinea Italo Zannier, hanno letto, tradotto e rappresentato l'opera di Scarpa con autonomia espressiva e con le regole della propria

intelligenza visiva, attente alla scelta dei punti di vista e all'organizzazione della sequenza, ripercorrendo l'evoluzione dell'opera nel tempo creativo dell'autore, riuscendo a scandire una vita intera dedicata alla passione per l'arte in una sintesi di immagini magistrali. (*Pier Giorgio Badaloni*)

Claudio Abate, fotografo. Installation & performance art

A cura di Achille Bonito Oliva
Testi in italiano e inglese di Gabriella Belli e Achille Bonito Oliva
Photology, 2007, p. 240, € 65,00.

La pubblicazione esce in occasione della mostra al Mart di Rovereto, giugno-ottobre 2007. Claudio Abate, nato nel 1943, cresce nell'ambiente artistico romano della neoavanguardia, fin dall'inizio fotografo e amico di artisti, per i quali non vale più la distinzione dei generi, pittura, scultura, scenografia ecc. Siamo negli anni '60. L'operazione artistica invade i teatri e le strade, usa il corpo, la luce, l'ambiente, mescola tecniche fotografiche e manuali, si mescola col pubblico, lo diverte, lo spaventa, l'incanta. E Claudio Abate è pronto con il suo occhio fotografico a fissare un momento che non si ripeterà. Alcuni esempi: di Kounellis, i cavalli nel garage dell'Attico, il pensieroso gioco della guerra di Pascali, "le scarpette" lavorate ai ferri di Marisa Merz, il "montovolo" e il "cenerentolo" di Luigi Ontani, anche in veste di Don Quijote, su cavallino di legno e sua ombra sul muro (3 passaggi, la foto, l'artista, la sua ombra), il corpaccione di un De Chirico imbronciato e dietro il risolino ironico di De Dominicis, le vetrine museali di Beuys, un po' mago e un po' attore, l'angelico Lichtenstein con le ali (ma sono le luci di due archi alle sue spalle), il "San Pietrino" della Esposito, la 'pungente' parete di Penone, "sfoglia d'oro su spina d'acacia", la "Venere degli stracci" di Pistoletto. In realtà bisognerebbe ci-

tare tutte le immagini: Paolini, Mattiacci, Zorio, Anselmo, Abramović, Fabre, Kiefer...

Le fotografie di Claudio Abate hanno almeno tre caratteristiche. La prima, sono immagini di immagini. Uno sguardo non sulla realtà, ma su un altro sguardo, l'opera dell'artista. La seconda, non vogliono essere documenti distaccati, non sono sguardi freddi, ma ammiccamenti, segni di simpatia, di vicinanza: il particolare, il viso, l'essere dentro l'operazione, percorrerla. La terza, l'opera dell'artista non è esaltata nel suo isolamento, nella sua superba diversità e unicità, ma calata nell'ambiente ("installation"), parte di esso, in dialogo, anche in contrasto con muri scrostati, antichi archi, colonne, cementi di garage: le luci nitide di Mocchetti che bucano scuri sotterranei, la spirale al neon di Merz tra le notturne rovine del Foro di Cesare, le silhouette di Boltanski su di una facciata barocca, le monete luccicanti sull'acqua del pavimento di un antico androne (romano?) di Ganne, i vetri rotti nel teatro ligneo di Parmiggiani.

Anche qui, bisognerebbe ripercorrere tutte le fotografie, perché ciascuna di esse ha una sua personalità, un suo racconto. Ed è quasi inutile sottolineare l'autonomia della fotografia, del suo valore in sé, perché, come ogni autentica interpretazione, l'immagine fotografica è un prolungamento di un'altra immagine, è un far parlare l'opera con l'accento del fotografo, è un'opera a due voci, dentro le quali risuonano altre voci.

Claudio Abate è insieme una voce e un direttore d'orchestra. (*Giorgio Colombo*)

Maurice Denis, maestro del Simbolismo internazionale

A cura di G. Belli, J. Bouillon, G. Cogeval, S. Lemoine
Skira, 2007, p. 304, € 55,00.

Sulle tracce di Maurice Denis. Simboli ai confini dell'Impero asburgico

A cura di G. Belli, A. Tiddia, G. Ammann, B. Bottacin, M. Pilati
Skira, 2007, p. 277, € 55,00.

Intorno alla figura di Maurice Denis e al simbolismo il Mart (Museo d'arte di Trento e Rovereto) ha curato ben sei cataloghi e sei mostre. Diventato boccone prelibato nei menù delle recenti stagioni espositive, il simbolismo ha allargato definitivamente quella via che, sino a poco tempo fa, sembrava conducesse solo a Parigi. E simbolismo significa molteplicità di rapporti delle arti tra di loro e con le arti applicate, Wagner e l'opera totale, apertura alla decorazione e all'astrazione.

Ma con Denis torniamo a Parigi. La sua opera, ben rappresentata in mostra e in catalogo, prima di giungere a Rovereto e rimanervi da giugno a settembre, è stata presentata al Musée D'Orsay di Parigi e al Musée des Beaux-Arts di Montreal. Ai nomi dei curatori generali, sopra indicati, si aggiungono quelli dei curatori particolari: Silvie Patry, Nathalie Bondil, Isabelle Gaëtan, Claire Denis, nipote dell'artista.

Nella sua lunga e intensa operosità l'Artista (1840-1943), pittore, grafico, decoratore, fotografo, critico e storico dell'arte, ha accompagnato, spesso da comprimario, le grandi stagioni dell'arte tra '800 e '900, tenendo fede ai principi del simbolismo: l'opera come equivalente plastico di un'idea-emozione. Perciò nessun compromesso con il verismo e il sensismo, da una parte, e nessuna confusione con un platonismo disincarnato, dall'altra. Dal visibile all'invisibile, e ritorno. Difficile equilibrio, non sempre mantenuto. La subordinazione della forma-colore alla descrizione lo avvicinerà, negli ultimi anni, sempre più segnati dalla preoccupazione religiosa, all'accademia. Riprendiamo alcune tappe: 1888 il *Talisman* di Sérusier e la scuola di Pont-Aven, da cui i *Nabis*, lui stesso con Bonnard, Vallotton ecc. La riflessione sulla grafica giapponese e la forza degli affetti familiari. 1905, la influenza dei *Fauves* e la polemica

con Matisse. Le *Théories 1890-1910*, che nell'edizione del '20 porteranno il sottotitolo *Du symbolisme et de Gauguin vers un nouvel ordre classique*, anticipando la ripresa del classicismo che nel dopoguerra si estenderà a tutta l'Europa. L'impegno in un'arte monumentale così come la intenzione persuasiva della religione richiedeva, sugli esempi del Beato Angelico e di Raffaello. Le pareti delle sue chiese come i muri di Sironi e di Rivera. Con un dubbio, proprio anche del tardo Severini: il cristianesimo poteva ancora dare voce pubblica vivificante in un mondo sempre più secolarizzato?

La sua inesausta attività lo porta ad occuparsi di ogni tecnica disponibile, il grande formato, la grafica, la ceramica, le vetrate, la illustrazione di libri preziosi (Gide, Verlaine, Dante, San Francesco). E persino la fotografia, non solo nella sua strumentalità di appunto, ma nella sua opposizione: l'effimero vitale contro il permanente dell'arte. Quella vita, quella energia che l'artista non ha mai cancellato, ma che ha cercato di fermare nella immobilità inespressiva dei volti chiusi nella trama fitta e ondulata delle stoffe e della vegetazione proliferante. Questa sì panica, magica, onnipotente, con una forza, forse, che andava al di là delle intenzioni coscienti dell'Autore.

Un moderato, Maurice Denis, che esorbitava spesso e per fortuna dal controllo della sua inappuntabile professionalità.

Ma la novità, forse, dell'impresa simbolista del Mart sta nella messa in luce di una zona di confine, il Trentino, l'Alto Adige, il Tirolo, che si trovò prima arricchita dai poli d'attrazione di Vienna, Monaco e Venezia da una parte e Parigi dall'altra, e poi spaccata da una terribile guerra che cambiò il volto dell'Europa.

Pur nella marginalità, gli artisti del Trentino e del Tirolo, tra la fine dell'Ottocento e i primi decenni del Novecento, erano aggiornati su quanto si discuteva ed elaborava in Europa, in prima fila, protagonisti nella elaborazione di

nuovi stilemi, attraverso le numerose pubblicazioni e le grandi mostre, le Secessioni di Monaco e Vienna, le Biennali di Venezia, le Esposizioni internazionali di Parigi. E così la conoscenza della scuola di Pont-Aven, dei *Nabis* e di Denis, si unisce alla frequentazione di Klimt, Schiele, Klinger, Von Stuck, Boecklin. Su tutti, proprio nella sua posizione di confine, di auto-confinato, grandeggia la figura di Segantini.

Quali i nomi principali? Leo Putz, che frequenta a Parigi l'Accadémie Julien. Studente a Monaco, collabora alla rivista "Jugend". Fortunato ritrattista, crea scene di una mitologia stravagante, allegra e surreale (*Lotta fra luma-che*). Max von Esterle, amico di Trakl, sopravvive alla tragedia della guerra, di cui si sentono echi prima e dopo la sua prigionia in Russia. Carl Moser, di Bolzano, forse il più "francese" dei tirolesi, riprende, con felice eleganza decorativa, le onde del giapponesismo. Tra i trentini, e perciò di lingua italiana, spiccano le figure di Luigi Bonazza, che declina, sino ad anni tardi, '20-'30, un Klimt più casereccio e patriottico, e Luigi Ratini, elegante incisore e stampatore, che guarda a Khnopff insieme a Klinger. Entrambi sfiorati da un erotismo scoperto e accattivante (*Jovis Amores, La leggenda d'Orfeo*).

Insomma, una bella occasione per allargare il nostro panorama conoscitivo e comprendere una vitalità e molteplicità di storia europea che gradatamente sta ritornando alla luce. (*Giorgio Colombo*)

Numerica

A cura di Lorenzo Fusi e Marco Pierini
Silvana, 2007, p. 119, € 24,00.

Chi volesse rendersi conto della presenza del numero, forma grafica e contenuto, nell'arte del '900, potrà utilmente sfogliare le pagine del catalogo edito in occasione della mostra aperta il 22 giugno 2007, sino al 6 gennaio 2008 presso il Palazzo delle Papesse di

Siena. Il numero dunque, a partire dal dinamismo e dalla geometria futurista di Boccioni, Depero, Balla, a transitare per le innumerevoli forme *Pop*, a meditare sul decadimento e sulla temporalità di Ruilova o di Opalka, sulle riflessioni concettuali e linguistiche di Kosuth, Vernet, Boetti, Ben Vautier, J. Monk, sulla progressione Fibonacci, l'energia, i cicli di crescita di Merz, applicati ai più svariati materiali, sul *Quadrato magico* di Ceroli, sui numeri delle *Amalassunte* di Licini. E poi orologi, contatori, datari, dadi, tabelle, combinazioni casuali o calcolate.... Anche citazioni sapienziali: "Omnia in mensura et numero et ponderare disposuisti", ripreso a suo modo da Casorati (qui non presente): "*Numerus, mensura, pondus*". Il numero non solo come forma gelida della modernità, ma anche altro, molto altro, data la sua pitagorica lontananza: ordine, controllo, potenzialità, successione, temporalità, infinità, paradosso, poesia. Sì, anche poesia, ben presente nella *Zerorose* (1970) di Pier Paolo Calzolari, 29 zero di vetro colorati di rosa dalla luce al neon. Il mistero dello Zero, "quell'impalpabile *zephyrum* che rappresenta l'assenza e il vuoto, che esiste e tuttavia è niente". (*Giorgio Colombo*)

Piero Manzoni e Albisola

A cura di Francesca Pola
Archivio Opera P. Manzoni, 2006, p. 93,
€ 20,00.

Il nome di Piero Manzoni, morto giovanissimo a Milano nel 1963 - non aveva ancora trent'anni - è ormai noto nel mondo internazionale dell'arte e del mercato. Ad Albisola, frequentata sin da piccolo come luogo di vacanze marine, Manzoni inaugura nel 1957 una prima mostra di opere sue e di altri tre amici. Il piccolo centro ligure è molto attivo, sia per la produzione ceramica della famiglia Mazzotti (a cui appartiene Tullio d'Albisola), sia per la presenza di alcune figure di spicco come Lucio Fontana, Asger Jorn, Wil-

fredo Lam, a cui si aggiunge una sezione dell'*Internazionale situazionista*, rappresentata da Piero Sismondo e Pinot Gallizio. Il dialogo è subito serrato e i progetti di azzeramento radicale, propri di Manzoni, trovano orecchie attente e compagni di strada. Nel 1959 espone ad Albisola Mare *Linee*, strisce di carta arrotolate in un astuccio con un'etichetta che ne garantisce il contenuto, l'autore, la data di esecuzione e la lunghezza. Il rito dell'autenticazione applicato ad un elemento elementare dello spazio. I contatti internazionali si intensificano, scrive su varie riviste e ne pubblica una, "Azimut". Adopera il caolino, ingrediente per la pasta di ceramica, per ricoprire tele e oggetti, fossilizzandoli nel loro biancore incolore, "achrome". L'anno dopo presenta *Corpo d'aria*, "palloncino in gomma, bocchino e scatola di legno". Una serie di 45 esemplari. "Se qualcuno però vuole un pezzo unico, può acquistarlo gonfiato con 'fiato d'artista'". È la premessa per la *Merda d'artista*, "scatoletta di latta e carta stampata" esposta alla Galleria Pescetto di Albisola Capo nel '61. Lo scatto pubblicitario aveva la sua parte. Se ne parlerà per decenni.

Questo primo numero dei "Quaderni dell'Archivio Opera Piero Manzoni" riporta anche vari esempi di "Achrome", la firma con l'impronta digitale, il progetto di *Placentarium*. Una mente vulcanica, un divertimento serio interrotto troppo presto.

Mentre in Italia ancora ci si accapigliava tra realisti e astrattisti, Manzoni ripartiva dallo zero di Duchamp: gli strumenti, gli elementi della pittura trasformati in "soggetti". E, insieme con loro, il gesto dell'artista, la firma, la posizione, la misurazione, la sua corporeità. Tutto ciò non con la spocchia del teorico, ma con la leggerezza del gioco, del divertimento, della battuta. Il suo destino ha voluto lasciarlo giovane. Aspettiamo il "Quaderno" n. 2, con l'augurio dei presentatori Elena e Giuseppe Manzoni di Chiosca: "Cominciamo con la A di Albisola, augurandoci di arrivare

alla Z e oltre!". (Giorgio Colombo)

Edouard Pommier

L'invenzione dell'arte nell'Italia del Rinascimento

Einaudi, 2007, p. 466, € 26,00.

L'invention de l'art dans l'Italie de la Renaissance, di Edouard Pommier, viene proposta ai lettori italiani nella felice traduzione dal francese di Chiara Dongiovanni. L'opera ricostruisce lo sviluppo (e riscoperta) delle arti che, dal XIV secolo in poi, contribuiranno a formare la concezione estetica, artistica e culturale europea.

L'autore, studioso di storia delle istituzioni artistiche, ripercorre il cammino artistico-intellettuale di uomini illustri - architetti, scultori e pittori, ma anche orafi ed artigiani, letterati e filosofi - che, grazie allo scambio di idee sulle rispettive attività, daranno vita al movimento artistico del Rinascimento italiano. Pommier esamina le cause e gli effetti che tale sincretismo porta tra diverse discipline: descrive la riscoperta dell'antichità, che in periodo medievale veniva considerata retaggio del maligno, dunque distrutta e riutilizzata in contesti sacri e non. Nel Rinascimento, invece, si manifesta la volontà di riutilizzare stili pittorici e tecniche credute perse e riapparse dopo millenni di oblio, applicandole alle arti cinquecentesche. Si inventa così un nuovo modo di fare, ma anche di intendere, l'arte.

Prendendo spunto dalla numismatica antica, artisti come il Ghiberti, Matteo de' Pasti e Pisanello - nota il Pommier - rielaborano il perimetro dello sfondo monetale, creano (e coniano) una nuova forma d'arte: la medaglia e la placchetta. Si utilizzano entrambi i campi dove magnificare signori e mecenati dell'epoca. La ritrattistica si evolve a vera e propria "invenzione" dell'opera d'arte: medaglie accuratissime descrivono e fermano nel tempo eventi storici: l'esempio portato dall'autore è la medaglia del Bonanni,

commemorante il trasferimento della statua equestre di Marco Aurelio in Campidoglio, nel 1538. Anche l'architettura, risulta investita da innovative tendenze artistiche: fautori principali sono il Bramante, il Palladio e lo stesso Brunelleschi. Pommier nota come nel Rinascimento si crei una nuova tipologia di palazzo, con un sottile equilibrio tra monumentalità (anch'essa ripresa dall'osservazione delle rovine antiche) e cura del dettaglio, tra razionalità e naturalismo, con un uso accentuato delle colonne d'angolo, il cui effetto è particolarmente elegante e suggestivo. (*Andrea Sabatini*)

Spettacolo

Antoine de Baecque

Tim Burton

Lindau, 2007 p. 176, € 18,50

Antoine De Baecque è un critico e uno storico del cinema con tutte le carte in regola per scrivere il profilo critico e biografico di un regista come Tim Burton: lo studioso francese ha già al suo attivo diversi volumi dedicati ad autori e temi del cinema contemporaneo. Ha scritto sulla Nouvelle Vague, lavorando su grandi registi come Andrej Tarkovskij e Manoel de Oliveira. È stato caporedattore dei "Cahiers du cinéma" e dirige attualmente le pagine culturali di "Libération".

Dopo la biografia di François Truffaut, scritta nel 2003, questo volume affronta l'opera di un autore che è ormai considerato uno dei registi più importanti del cinema contemporaneo. Basterebbe ricordare alcune delle ultime opere che hanno avuto un riconoscimento unanime: da *Edward mani di forbice* (1990) a *Big Fish* (2003) e a *La fabbrica di cioccolato* (2005).

Burton ha dimostrato di possedere un universo di fantasmi e ossessioni che ha il pregio della coerenza e insie-

me dell'ambiguità. Non ha mai amato il mondo degli adulti, quello della morale conformista e dell'ipocrisia: lo sottopose già ad una critica violenta nei due *Batman* da lui girati, in cui la metropoli è un cupo concentrato di vizi e il supereroe sembra posseduto da mille tormenti psicoanalitici.

Ritroviamo questa critica implacabile della normalità in uno dei suoi film più belli: Edward, il mostro che ha due forbici al posto delle mani, non riuscirà ad integrarsi nella vita banale della famiglia americana e non ha altra scelta che la morte. Ma tutta l'opera di questo regista è segnata dal fascino e dal timore della morte, del misterioso che sta oltre il velo apparente delle cose.

Le fonti lontane della sua ispirazione non a caso sono le fiabe e il romanzo gotico: il riferimento è ovviamente ai suoi due film d'animazione che più lo hanno reso noto, entrambi legati al tema del male e dell'oltretomba; *The Nightmare Before Christmas* (1993) e *La sposa cadavere* (2005). Come si usa dire, Burton ha saputo conciliare le ragioni dell'industria con quelle della ricerca artistica. Ma ha fatto anche qualcosa di più: ha introdotto negli ingranaggi ferrei della grande produzione di massa gli spiriti ribelli della fantasia, delle emozioni e della spontaneità. Lo ha fatto senza divagazioni bambinesche, ma con un estremo rigore e attenzione allo stile, alla capacità di sorprendere lo spettatore con i suoi guizzi dolenti e lunari. (*Umberto Brancia*)

Aldo Nicosia

Il cinema arabo

Carocci, 2007, p. 128, € 9,50.

Sino a dieci, quindici anni fa il grande pubblico dei cinema si considerava informato se poteva vedere le opere provenienti di due o tre grandi aree cinematografiche: bastavano alcuni paesi d'Europa, gli Usa e magari il Giappone.

Con i mutamenti del mondo prodotti dalla globalizzazione, l'orizzonte della produzione e della distribuzione

si è allargato e da tempo si discute di opere provenienti dalla Corea, dalla Cina e dall'Africa. Anche il cinema arabo ha cominciato a circolare con opere provenienti dalle diverse aree culturali che lo compongono. Marocco, Iran, Irak, Palestina, ecc. Si tratta di opere che spesso sono proiettate solo ai festival specializzati o nelle serate televisive ad ora tarda, ma la conoscenza critica e il pluralismo delle voci comunque aumenta, favorendo il dialogo tra le culture.

Aldo Nicosia, docente di Lingua e letteratura araba all'Università di Catania, ha compiuto quindi un lavoro meritorio nel pubblicare questo agile volume sul cinema del mondo arabo, articolato in quattro capitoli dedicati rispettivamente al cinema dell'Egitto, della Siria, degli altri paesi del Medio Oriente e del Maghreb.

La ricostruzione prende le mosse dai primi decenni del secolo scorso, in cui una vivace comunità intellettuale presente in Egitto sviluppò un'attività diretta alla produzione cinematografica che proseguì nel periodo successivo. È da notare, tra l'altro, che facevano parte di questa comunità molti intellettuali di origine italiana.

La cinematografia araba degli Anni Cinquanta e Sessanta possiede una doppia caratteristica: una produzione di film di serie (molte le commedie musicali) e alcune opere di contenuto politico. Il saggio di Nicosia conferma un dato abbastanza ovvio e intuibile: molti dei registi analizzati sono fortemente influenzati dalle vicende e dai conflitti del mondo arabo. Non a caso il nodo centrale di molte opere è quello dei rapporti con l'Occidente, nelle sue componenti politiche e religiose.

Una interessante bibliografia completa questo volume, che aiuta lo spettatore ad esplorare nuovi territori e mondi culturali. (*Umberto Brancia*)

Veronica Pravadelli

La grande Hollywood

Marsilio, 2007, p. 287, € 24,00.

Questo studio analitico sul cinema classico americano dagli Anni Trenta al 1960 ha un pregio fondamentale: quello di utilizzare nell'esame delle opere più importanti di quel periodo due chiavi interpretative differenti: quella psicoanalitica e quella stilistica.

L'autrice conosce a fondo tutta la letteratura critica su questi temi, in particolare quella più recente di derivazione anglosassone, e la utilizza con analisi specifiche di singole sequenze e di figure tipiche che percorrono dall'interno tutto la produzione di quel periodo.

Sul versante psicoanalitico, il testo si sofferma sui cambiamenti radicali che subisce la tradizionale relazione uomo-donna, in un percorso che va da *Accadde una notte* di Frank Capra (1932) a *Gli uomini preferiscono le bionde* di Howard Hawks (1953). Già nei primi film del sonoro era evidente una tensione tra un erotismo dirompente, che trasmettevano tutte le grandi dive, e il controllo ferreo delle norme sociali, che le case produttrici intendevano tutelare con rigore.

La donna risultava quasi sempre subordinata all'uomo e solo nel noir, un genere coltivato per esempio da geniali registi come Wilder, ha avuto una propria autonomia, peraltro distruttiva e mortifera.

Le pulsioni dell'eros e le relazioni tra uomo e donna sono al centro del noir ma anche della commedia, in cui un regista come Hawks concentra i veleni della sua visione disincantata del mondo: in *Susanna* (1938) la donna si presenta come un soggetto determinato e autonomo, capace di ridurre in suo potere una figura maschile debole e turbata.

Questi temi sono sottoposti al vaglio di modelli narrativi e stilistici, che passano dagli schemi lineari degli Anni Trenta ad una sempre maggiore sofi-

sticazione. Cade abbastanza presto l'illusione che l'occhio del regista sia neutrale e oggettivo, e sempre più la macchina da presa interviene a costruire scambi tra finzioni e realtà.

Ne è un esempio definitivo un film importante come *Cantando sotto la pioggia* (1952) che nell'ultima parte del volume viene dissezionato con perizia analitica. Ormai la cosiddetta realtà narrativa si confonde con la finzione cinematografica, in un gioco senza fine, elegante e malinconico.

Il cinema classico americano, probabilmente, finisce proprio con quel film. (*Umberto Brancia*)

Riviste

Europa 2000

Dir. resp. *Giacomo Cesario*
Anno XX, ottobre 2007

Il corsivo di apertura di Giacomo Cesario della rinnovata edizione di questa rivista richiama le principali tappe della storia unitaria, in occasione del cinquantesimo anniversario dei Trattati europei firmati a Roma. Allo stesso tema volge la sua attenzione lo storico dell'arte Louis Godart, curatore di una grande mostra allestita al Palazzo del Quirinale con capolavori provenienti dai 27 Paesi membri dell'Unione Europea.

Su "Unità d'Europa e cristianesimo" effettua un puntuale excursus il cardinale Paul Poupard, mentre sul tema dello Stato laico e della libertà religiosa si sofferma Giuseppe Dalla Torre, giurista e rettore dell'università Lumsa di Roma, che evidenzia i principi fondamentali della nostra Costituzione. Un altro argomento di grande attualità – quello del rapporto tra Chiesa e media – è oggetto di una riflessione di monsignor Claudio Giuliodori, vescovo di Macerata. Sul versante dell'attività di Benedetto XVI, Carmine Cesario riferisce sul viaggio a Loreto e a Mariazell, in Austria,

e un ampio spazio è dedicato al libro, attesissimo, di Joseph Ratzinger su Gesù, un'opera che coinvolge sia la ragione che il cuore dell'uomo, alla luce di quanto i Vangeli narrano.

A chiusura del numero un'intervista di Stefano Toniolo a Joaquín Navarro-Valls e il notiziario. (*l.e.*)

Kainos

Annuario n. 2
Punto Rosso, 2007, p. 270, € 15,00.

In questo secondo volume dell'Annuario dal titolo "Dopo l'umano", viene pubblicata in forma cartacea una parte dei materiali del numero 6 di "Kainos" on line (www.kainos.it), una rivista telematica di riflessione filosofica nata in ambito accademico, che si distingue per un impegno critico su grandi temi di attualità culturale.

In questo numero i molteplici contributi analizzano, con categorie che provengono da diverse discipline (dalle scienze umane alla filosofia all'informatica), un problema di grande complessità, che investe non solo la realtà storica delle società moderne, ma anche la vita quotidiana delle persone: le scoperte scientifiche e tecnologiche che stanno intervenendo sui tradizionali concetti di corpo e psiche, tanto da cambiare il nostro concetto di umano.

Siamo in una fase storica e culturale che molte riflessioni qui contenute definiscono come post-umano: è una fase in cui i territori delle varie scienze si mescolano e i confini tra umano e animale sembrano confondersi. Si comprendono abbastanza facilmente le conseguenze teoriche che questo cambiamento sociale e scientifico ha sulle teorie filosofiche: entra in crisi tutta una concezione dell'uomo e della natura umana che spesso abbiamo concepito come fissa e immutabile.

La scienza interviene ormai sul corpo, in medicina, per introdurre e sostituire organi, e si cominciano a progettare interventi sul codice genetico.

Basti qui ricordare che già la grande letteratura di fantascienza, e poi il cinema, avevano diffuso queste tematiche che oggi si ampliano in un dibattito pubblico tra mondi laici e religiosi che testimonia l'importanza dell'argomento. Il merito della rivista sta nell'averlo affrontato con un'ampia gamma di interventi che utilizzano le metodologie più interessanti della ricerca filosofica contemporanea (da Gunther Anders a Michel Foucault).

Tra i molti interventi, tutti di grande interesse, da segnalare almeno quelli di Tonino Bucci, Andrea Bonavoglia, Vincenzo Cuomo, Giuseppe Longo, Aldo Meccariello. Il volume si conclude con un'ampia rubrica di recensioni relative al tema trattato. *(Umberto Brancia)*

Nuova storia contemporanea

Dir. Francesco Perfetti

Anno XI. n. 4, luglio-agosto 2007

Le Lettere, € 10,50.

La rivista ha una periodicità bimestrale e si pubblica dalla fine del 1997. Affronta gli studi contemporaneistici con una impostazione scientifica e una circo-

lazione ampia, oltre i confini del ristretto mondo accademico. Tutta la ricerca della pubblicazione si ispira al lavoro e alle ricerche di Renzo De Felice.

Nella sezione "Saggi" si segnalano due interventi di Massimo De Leonardis e Carlo Lattieri, che analizzano le varie componenti dell'attuale europeismo e i difficili rapporti con gli Stati Uniti. Si mette in evidenza come all'interno delle democrazie occidentali emergano tendenze disgregatrici che minacciano anche l'unità europea.

Tra le "Ricerche", da segnalare un contributo di Mauro Canali riguardante la figura di Giaime Pintor, di cui vengono analizzati il contributo alla Resistenza e i rapporti con i servizi segreti inglesi. Segue un intervento di Eugenio Di Rienzo su un tema già affrontato dalla rivista con particolare attenzione: Giocchino Volpe, storico del fascismo.

Molti gli interventi riguardanti i rapporti tra il Pci e la storia italiana del dopoguerra (tra cui uno di Salvatore Sechi). Il fascicolo della rivista, che si segnala per una costante rilettura critica della storia italiana, si completa con un'articolata rubrica di recensioni. *(Roberto Ciambra)*

CONDIZIONI DI VENDITA

(Anno 2008)

| | ITALIA | ESTERO |
|-------------------------------|---------|---------|
| — un fascicolo | € 11,00 | € 15,00 |
| — abbonamento annuo | € 55,00 | € 75,00 |

L'importo dell'abbonamento e dei singoli fascicoli deve essere versato sul c/c postale n. 387001 intestato all'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - Roma.

Le opinioni espresse negli articoli, nelle note e nelle recensioni impegnano esclusivamente gli autori.

È consentita la riproduzione degli scritti pubblicati, purché se ne citi la fonte.

Stampato in Italia - Printed in Italy
Finito di stampare nel mese di Novembre 2007

(MOD-BP-07-4-13) Roma, 2007 – Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.

