



NARRATIVA
DA ECO A MORAVIA
LE NOVITA' DELL'AUTUNNO
di Antonio Debenedetti / pagina 2

STORIA
RITRATTO DI MILANO COM'ERA:
DAL '900 AI BOMBARDAMENTI
di Corrado Stajano / pagina 3

ARTE
VERONA: «MODIGLIANI A MONTPARNASSE»
ALLA GALLERIA D'ARTE MODERNA
di Giovanni Testori / pagina 4



DISCUSSIONI / Ironia dei nomi
L'altro Marcuse non ha fatto il Sessantotto

di SAVERIO VERTONE

Nel bel mezzo dell'88, quando già il ventennale del maggio francese sta superando il suo apogeo, e l'ombra di Herbert Marcuse declina all'orizzonte delle celebrazioni, compare in libreria il mio ventunesimo secolo, di Ludwig Marcuse. Esaurite (o quasi) le biografie di Cohn-Bendit (che da rosso è diventato verde) e del povero Rudi Dutschke (che non può più cambiare colore), ecco un'ampia e scettica autobiografia del mondo novecentesco che, a cerchi concentrici, partendo da Berlino, racconta la Prussia, e poi la Germania, e poi l'Europa, e poi l'America, non degli ultimi vent'anni ma dei sessanta precedenti, che li hanno ruminosamente preparati.

Georg Kaiser, Ernst Toller, insomma molti protagonisti di una cultura che è stata, nel bene e nel male, protagonista del Novecento.

Ludwig Marcuse, ebreo scampato miracolosamente ai Lager, detesta le contrizioni collettive dei tedeschi e avverte nella stessa assunzione di colpa da parte di tutta una nazione (come vorrebbe Günther Grass) una sotterranea riconferma del nazismo. «La nostra iniziativa — dice — ha come obiettivo principale quello di stimolare e promuovere la diffusione della cultura. E i risultati sono imprevedibili anche per noi. Una volta in libreria il cliente sceglie da sé quello che vuole comprare tra quattro tra i più grandi collane economiche, godendo di uno sconto che la trovata della bilancia rende quasi un gioco. La scelta di titoli come «La Divina Commedia», opere di Dostoevskij, Eco, Cicerone, Karen Blixen, Elias Canetti, Pasternak, dimostra che l'iniziativa ha attirato persone colte. Più scelte per i lettori, e per le librerie Feltrinelli e gli editori che hanno rischiato quasi un raddoppio delle vendite rispetto allo scorso anno».

Ironia dei nomi, o delle ricorrenze, o della casa editrice che ha pubblicato il libro (Il Mulino), questo nuovo Marcuse è l'antitesi dell'altro, più noto, l'epigono della scuola di Francoforte che ha lanciato l'eros nella dialettica sociale come ultima speranza rivoluzionaria (prima che Ingrao trovasse risorse praticamente inesauribili nel mondo «non umano» degli animali).

Questo Marcuse è un'Antimarcuse per educazione, istinto, provenienza, storia personale, carattere, intelligenza, insomma tutto. È un ebreo prussiano, anzi berlinese (una varietà particolare sia tra gli ebrei sia tra i tedeschi), liberale, nichilista, scrittore sottile, insofferente di ogni casermaggio ideologico, hegeliano o freudiano, laico e religioso che sia, buon conoscitore di Marx, propenso (sembra di capire) a praticare abbondantemente l'eros, ma poco convinto che possa essere usato come una leva per scalzare il capitalismo, esponente ben riuscito di un ceto intellettuale scomparso, ma che sarebbe bene far rinascere se l'eros dell'altro Marcuse consentisse ancora di procreare persone e non rivolimenti sociali.

Nelle pagine del suo Ventunesimo secolo risuonano ignorati pettegolezzi della storia universale che sono il contrario dei notissimi sistemi ideologici con cui crediamo di averla fatta. E si incontrano quasi tutti gli scrittori tedeschi che, tra la Repubblica di Weimar, l'emigrazione in America e il rientro in Germania dopo la guerra, hanno prodotto sia i sistemi ideologici sia i pettegolezzi che li smentiscono: Bertolt Brecht, Max Brod, Gottfried Benn, Arnold Zweig, Heinrich Mann, Franz Werfel, Joseph Roth,

«L'ultimo in ordine di tempo tra gli stratagemmi escogitati da editori e librai per superare le croniche strozzature che nel nostro Paese rallentano la diffusione della lettura. Ma che cosa significa, oggi in Italia, vendere libri? Quali problemi comporta? E come deve cambiare il mestiere del libraio per rispondere sempre meglio alle attese del pubblico?»

A sentire gli addetti ai lavori, il quadro è tutt'altro che confortante. Ogni giorno valanghe di nuovi libri (novità e ristampe) si abbattano sui banconi delle librerie e vanno ad intasare i retrobottega. Si calcola che i volumi in commercio superino i duecentomila, mentre ogni anno se ne stampano oltre ventiduemila e cinquecento di nuovi.

Non è facile muoversi in un mare così agitato, specie quando i punti di vendita non sono ampi magazzini, ma buchi affissanti. Eppure, è in questi porti affollati che gli editori fiduciosamente attraccano con le loro mercanzie, ed essi che in gran parte si affidano: da una recente inchiesta del Corriere si ricava che i libri, in Italia, vengono acquistati nel 66 per cento dei casi in libreria; nel 15 per cento in edicola; nel 19 per cento nei grandi magazzini, autogrill, eccetera.

E allora è lecito chiedersi quanto conta un libraio; in che misura concorre alla fortuna di un titolo; come si prepara — ammesso che lo stia facendo — ai grandi appuntamenti del futuro tecnologico. Ricordiamo che in Italia i punti di

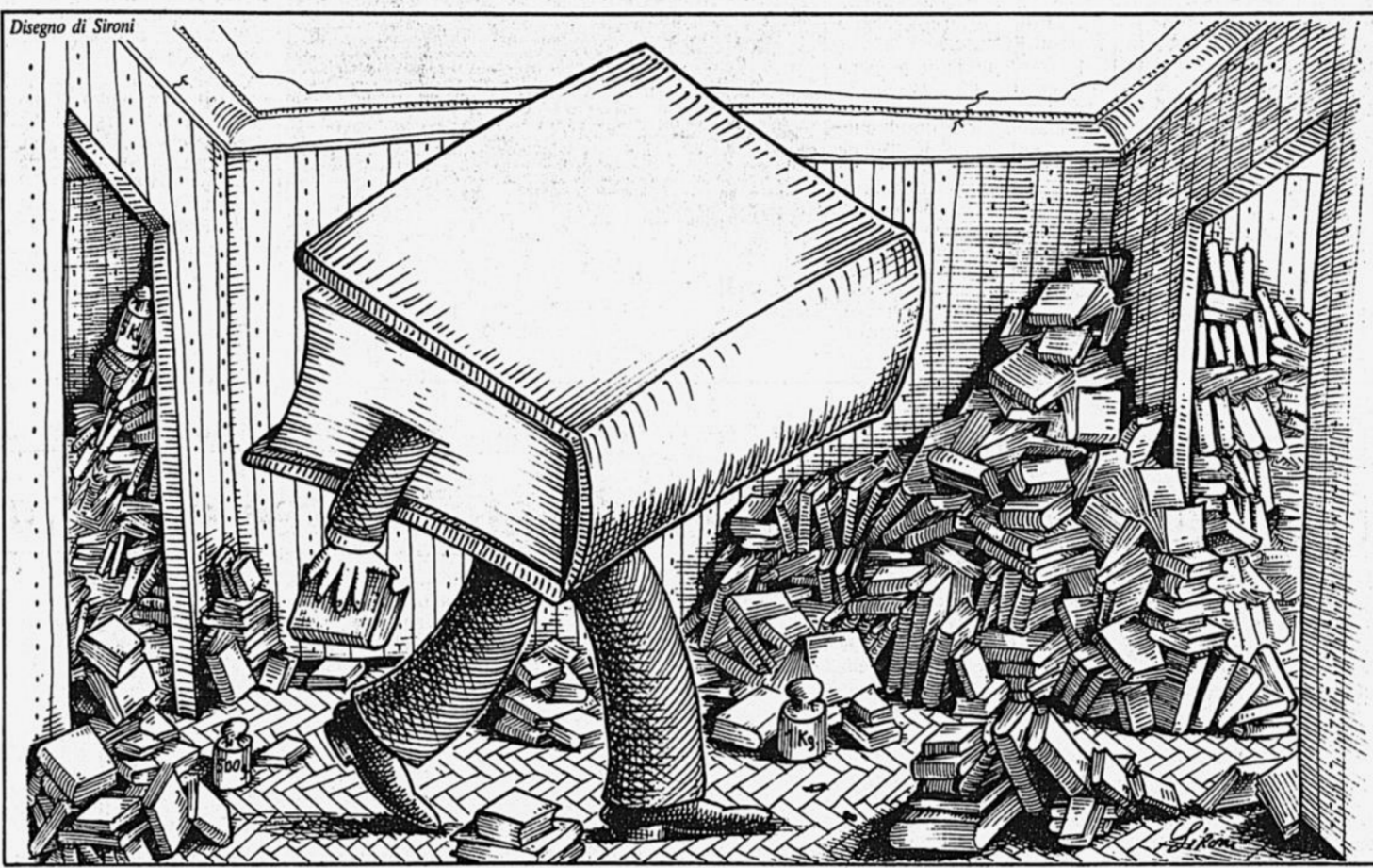
INCHIESTA / Mentre la Feltrinelli mette Shakespeare sulla bilancia e lo vende a peso, facciamo il punto sul mestiere del libraio

Boutique del libro o supermercato?

Remo Croce, presidente dell'associazione di categoria: «Cattivi consiglieri sono a volte gli stessi manager editoriali»
Roberto Cerati (Einaudi): «Sta migliorando la qualità dei lettori, siamo meno succubi del bombardamento pubblicitario»

di MATTEO COLLURA

MILANO — Molti intellettuali hanno storto il naso: che cosa? Vendere i libri a peso, come il pane o gli ortaggi? L'operazione «un chilo di libri» lanciata la scorsa settimana dalla casa editrice e dalle Librerie Feltrinelli con una vistosa campagna pubblicitaria ha suscitato reazioni contrastanti, e non tutte favorevoli. Ma la signora Inge, presidente della casa milanese, sorride imperturbabile: «La nostra iniziativa — dice — ha come obiettivo principale quello di stimolare e promuovere la diffusione della cultura. E i risultati sono imprevedibili anche per noi. Una volta in libreria il cliente sceglie da sé quello che vuole comprare tra quattro tra i più grandi collane economiche, godendo di uno sconto che la trovata della bilancia rende quasi un gioco. La scelta di titoli come «La Divina Commedia», opere di Dostoevskij, Eco, Cicerone, Karen Blixen, Elias Canetti, Pasternak, dimostra che l'iniziativa ha attirato persone colte. Più scelte per i lettori, e per le librerie Feltrinelli e gli editori che hanno rischiato quasi un raddoppio delle vendite rispetto allo scorso anno».



Disegno di Sironi

Il «libro a peso» non è che l'ultimo in ordine di tempo tra gli stratagemmi escogitati da editori e librai per superare le croniche strozzature che nel nostro Paese rallentano la diffusione della lettura. Ma che cosa significa, oggi in Italia, vendere libri? Quali problemi comporta? E come deve cambiare il mestiere del libraio per rispondere sempre meglio alle attese del pubblico?

A sentire gli addetti ai lavori, il quadro è tutt'altro che confortante. Ogni giorno valanghe di nuovi libri (novità e ristampe) si abbattano sui banconi delle librerie e vanno ad intasare i retrobottega. Si calcola che i volumi in commercio superino i duecentomila, mentre ogni anno se ne stampano oltre ventiduemila e cinquecento di nuovi.

Non è facile muoversi in un mare così agitato, specie quando i punti di vendita non sono ampi magazzini, ma buchi affissanti. Eppure, è in questi porti affollati che gli editori fiduciosamente attraccano con le loro mercanzie, ed essi che in gran parte si affidano: da una recente inchiesta del Corriere si ricava che i libri, in Italia, vengono acquistati nel 66 per cento dei casi in libreria; nel 15 per cento in edicola; nel 19 per cento nei grandi magazzini, autogrill, eccetera.

E allora è lecito chiedersi quanto conta un libraio; in che misura concorre alla fortuna di un titolo; come si prepara — ammesso che lo stia facendo — ai grandi appuntamenti del futuro tecnologico. Ricordiamo che in Italia i punti di

vendita sono circa 5 mila, ma le librerie vere non superano il migliaio.

«Il vero libraio deve offrire al lettore un servizio di collaborazione e assistenza», dice Remo Croce, negozio in Roma, presidente dell'Associazione librai italiani. E aggiunge: «C'è modo e modo di fare questo mestiere. Se non si curano l'assortimento, i cataloghi, gli editori minori assieme a quelli più grandi, si corre il rischio di diventare dei supermercati o edicole di stazione».

Per quanto riguarda la gran

confusione di titoli, Croce sembra avere le idee chiare: «Cattivi consiglieri sono, a volte, gli stessi addetti ai lavori. C'è un pericolo, per esempio, nella tecnica di vendita dei nuovi manager editoriali: pompare un titolo oltre misura, quando poi esso si rivela inconsistente, crea disaffezione, disorientamento nei lettori».

Franco Candiani, amministratore delegato delle Messaggerie Librai, è d'accordo con Remo Croce. E spiega: «Il libraio, nel nostro settore, ha un

ruolo fondamentale, perché può operare scelte giuste o sbagliate sia nella fase delle prenotazioni delle novità, sia in quella del mantenimento in vita dei titoli». Insomma, dice Candiani, è il libraio che deve orientarsi in funzione della propria clientela. «Se fa così, contribuisce a eliminare lo spiacevole passaggio delle rese. Il buon libraio non si fa sopraffare dalla produzione editoriale, non la subisce. E' lì che sceglie, dosa, riordina. La scuola per librai di Venezia tende soprattutto a questo».

«Proprio così, i librai sono sempre meno succubi delle pressioni editoriali», sostiene Roberto Cerati, direttore editoriale della Einaudi e frequentatore assiduo, attentissimo delle librerie. «E appaiono più disincantati rispetto al bombardamento pubblicitario. Migliora la qualità dei librai perché migliora quella dei lettori».

Beppe Bolognese, di recente nominato direttore della libreria Rizzoli di Milano, afferma: «Penso che se un libro, al

di là del best seller preconstituito, ha successo, per un sessanta per cento dipende dal libraio».

«I punti di vendita vanno concepiti con strategia», interviene Aldo Allegri, responsabile delle librerie Rizzoli. E spiega: «Non si può pretendere di imporre testi di filosofia se si è, poniamo, nei pressi della stazione. In molte librerie, entrando, si notano subito titoli difficili o volumi d'arte troppo cari. Dev'essere il contrario: all'ingresso vanno sistemati i titoli più facili».

Allegri insiste sul concetto

di libreria «accogliente». «C'è un campo di fruitori di libri ancora vergine — sostiene —. Ed è quello lasciato dalle librerie che io definirei cattedratiche, chiuse, luoghi che intimidiscono. Si faccia come hanno fatto i panettieri: sino a qualche anno fa, le panetterie assomigliavano ad antri delle streghe, oggi vi si entra e si compra di tutto».

Del nuovo modo di concepire la libreria, Angelo Pezzana, negozio a Torino, ideatore con Guido Accornero del fortunatissimo primo Salone del Libro, è convinto assertore: «La mia vetrina è supporto promozionale ed anche critico dei libri che espongono. Quando un testo mi piace, sistema intorno ad esso ritagli di giornali ingranditi, collage, tutto quanto può servire a valorizzarlo. Il ruolo del libraio è e resterà fondamentale».

Carmelo Volpe, libreria a Catania, appassionato del suo mestiere come pochi, dice con realismo: «Principalmente la fortuna di un libro viene dalla pubblicità, dalle critiche sui giornali. Il libraio non può costruire il best seller, può soltanto dare un contributo».

Ma c'è il futuro: le banche dati, i computer, il profilarsi di una società definitivamente televisiva. «Con la gran massa di produzione, il concetto di informazione e di catalogazione nelle librerie diventa più importante della recensione», afferma Emanuele Plata, direttore commerciale della Mondadori Librai. «Oggi, il libraio ha una grande responsabilità nei confronti del pubblico, dell'autore e dell'editore. E che se ne renda conto è provato dal cambiamento in atto e dai grandi investimenti che riguardano i punti di vendita».

Visti i tempi e considerato il prossimo futuro non sembra sia il caso di rimpiangere il vecchio libraio, amico e confidente, tanto più bravo quanto più dotato di buona memoria per i titoli. Cesarino Branduardi, il libraio milanese definito «più famoso d'Italia», moriva dodici anni fa e già sembra un secolo. Dice Franco Candiani: «Basta con i luoghi comuni. Guardiamo piuttosto come si muovono, oggi, certi giovani librai che sono anche laureati, il che non guasta: venditori capaci di fornire utili indicazioni bibliografiche».

Ha scritto Anna Maria Gandini su «Pubblico 1987», l'annuale rapporto sulla produzione letteraria e il mercato culturale: «Ma allora che ci vuole per fare i librai? Cultura di base, attitudine ai rapporti umani, comunicativa e capacità di comprendere l'altro, memoria di ferro, sicurezza nelle scelte, padronanza dei meccanismi contabili e di bilancio, spirito di iniziativa e animo imprenditoriale...».

Ma qualcuno preferisce gli asparagi

di GIORGIO DE RIENZO

Ai caffè «Italia» di un paesotto tra Cuneo e Mondovì, c'è una bella compagnia di intellettuali. Intellettuali veri, profondi pensatori, capaci di intrattenersi, con gusto, intorno a idee forti, elementari: non farfalloni o blateroni di città, ma gente soda di campagna, con pochi grilli per la testa, i piedi ben piantati in terra e tanta curiosità genuina per ciò che accade fuori, nel mondo. Al caffè «Italia» si gioca a carte, ma si sa anche stare per ore a parlare.

C'è il professor Orsi, detto «Mugugno», preside di scuola media, grande lettore di libri non di giornata, gran borbottone un poco insofferente. C'è il parroco, don Caula, conservatore nelle letture (Dante, Manzoni, e fermi lì), ma accomodate nel benedire ogni pensiero altrui. C'è il dottor Roscio, detto «Robo», secco, nervoso, avido divoratore di quoti-

diani, sempre informato. C'è l'ingegner Testino, detto «Placidio», grosso, flemmatico e positivo, il quale legge poco, ma pensa molto; e pensa chiaro. Poi passano dal caffè «Italia» altri «stranieri»: sono pensatori di città, dei dilettanti, capaci solo di esibire un vuoto e inquieto «bla, bla, mandano».

Robo è raggante, ha una novità per tutti i libri, giù a Torino, si compreranno a peso. Apre un giornale e legge: «Dal 20 al 30 luglio le librerie Feltrinelli di tutta Italia venderanno i libri a peso e per di più scontati. Infatti a tutti quelli che acquisteranno almeno un chilo di Universale Economica Feltrinelli, Tascabile Bompiani, Oscar Mondadori e Bur Rizzoli verrà concesso un forte sconto sul prezzo di copertina». E una reclamella quale pone insieme un bel quesito: «Costa di più 1 kg di Shakespeare o

1 kg di asparagi?». Sopra la reclamella ci sono asparagi legati, in cima ai quali stanno testine del grande drammaturgo.

Il professor Orsi accoglie la notizia cupo. Poi viene fuori invelenito: «Perché gli asparagi per Shakespeare e non dei sedani che hanno meno spreco? Perché non un buon salmone affumicato? Con quegli asparagi ci metterei qualche nostrano d'oggi: magari Umberto Eco. E per Manzoni che metteranno un chilo di tartuffi? Al massimo potrebbero tornare buoni per Moravia». Poi non dirà più nulla, come se fosse offeso. Ma c'è don Caula, col suo sorriso dolce, che smorza minacce e offese: «E' solo un gioco, stattenne quieto, è un'idea curiosa e stramba per divertire; i librai debbono pur campare; lasciali in pace, che vendano qualcosa anche loro».

L'ingegner Testino rimane pensieroso. «Placidio» vuole andare a fondo, non s'accontenta di cose vaghe. Per lui tutto deve avere un senso. Si alza, va dall'altra parte della piazza, entra dal giornalaio, esce con un po' di libri; poi corre dal verdureiro, e torna fuori. Appare soddisfatto. Ora può dir la sua. Di asparagi nel paese non se ne parla, non è stagione, ma sa di certo che possono costare (dove ci sono) 15-20 mila lire al chilo. I libri li ha pesati e ha fatto un conto: sono 40 mila lire circa, forse di più. Perciò lui ha deciso: comprerà gli asparagi e per i libri andrà in biblioteca. Uno «straniero» di poco spirito, un cittadino certo, propone d'inventare un piatto nuovo: «Gli asparagi alla Shakespeare». Ma al caffè «Italia» ci sono persone serie e la proposta sciocca rimane lì in sospeso.

NUOVE PROFESSIONI / A Manhattan fa furore il «personal librarian», che organizza gli scaffali dei clienti facoltosi

«Dimmi che mestiere fai, ti inventerò una biblioteca»

di GIANNI RIOTTA

NEW YORK — Il Personal Librarian non è l'ultimo modello di personal computer, capace di occuparsi della vostra biblioteca: è un compunto signore o una distinta signorina che svolge l'onorabile professione di sistemare i libri dei clienti, per una modesta parcella.

Il Bibliotecario Personale svolge due missioni, organizza gli scaffali di intellettuali, uomini d'affari e politici che non hanno il tempo di spolverare e mettere in ordine alfabetico i loro volumi, ma soprattutto inventa da nulla le biblioteche di nuovi ricchi che vogliono sembrare a loro volta intellettuali, uomini d'affari e politici.

A Manhattan i Personal Librarian più richiesti sono Kurt Thometz, dal gusto mitteleuropeo, Margaret Bennet e Fred Bass, proprietario della popolare libreria Strand, una specie di caverna di Aladino del libro fuori commercio. Thometz ha organizzato la biblioteca del banchiere Felix Rohatyn, l'uomo che ha salvato il comune di New York dalla bancarotta: «Aveva una grande collezione di storia dei

presidenti americani, ma soffocata da libri gialli che non avrebbe letto mai più, e l'ho convinto a buttarli via».

Sotto le cure di Thometz è passata la coppia Louise Melhado e Henry Grunwald, numero uno dell'impero editoriale Time, oggi ambasciatore americano a Vienna. La sposa aveva volumi su volumi di estetica, romanzi di Henry James, le pagine di Edith Wharton e la collezione rilegata di Proust. Lo sposo aveva accumulato tomi di politica. Non combinare le due biblioteche avrebbe potuto piantare i semi di un divorzio: che ci fa Derrida accanto a Kissinger? La mano leggera di Thometz ha sistemato tutto, trasferimento a Vienna incluso.

Più curiosa la seconda attività dei Personal Librarian, la creazione artificiale di biblioteche per gente che ha a stento domestichezza con l'elenco telefonico. «Nel passato — spiega professionalmente Thometz — i clienti ci chiamavano e dicevano «ho il soggiorno azzurro, mi vanda dei libri dalle copertine che non

stonino». Oppure senza vergogna, «ho dieci metri di scaffali, me li riempia e mi mandi il conto».

Manhattan s'è fatta più sofisticata e ora non basta avere la libreria gremita, occorre che gli ospiti curiosi, dopocena, o durante un party, scoprono, nei dorsi allineati un dietro l'altro, davvero la personalità del padrone di casa.

I facoltosi cittadini che chiamano Thometz, la Bennet e Bass non si accontentano di avere i libri spediti a peso. Raccontano la propria storia, quel po' di studi fatti, le amicizie, il giro d'affari e si aspettano di essere accontentati. Prendiamo un caso tipico: se un concessionario di saune del New Jersey mette in scaffali i Grundrisse di Karl Marx, «Vite di tedeschi» di Walter Benjamin e la collezione completa dei Cahiers du Cinéma, i suoi ospiti, appena un po' smalizati, futteranno l'imbroglione e lo fulmineranno di pettegolezzi.

Il Personal Librarian è lì apposta per non far commettere tali ingenuità. Allestirà un'elegante raccolta di classici america-

ni moderni, dal «Giovane Holden» di Salingor, a Hemingway, Fitzgerald e John Cheever. Il tocco di raffinatezza, quello che vale da solo i 30 dollari l'ora (cinquantamila lire) di parcella, sarà l'inserimento di un ricco volume d'arte sulle Terme di Caracalla, o i Bagni di Pompei, qualcosa che legni l'attuale professione del cliente. al passato, con un tocco di erudizione che impressioni senza esagerare.

Il venditore di computer avrà la fantascienza di Asimov, integrata da Bradbury e dal «Dio del trentaseiesimo piano», da «1984» di Orwell e, brivido eversivo, dai saggi di critica alla cultura del computer di Weizenbaum e Roszak: «Sai non ho mai letto davvero quella roba, ma quando mi sento troppo oppresso dalla potenza dei computer mi fa piacere averli vicino, come l'Alka Seltzer dopo una sbornia» potrà dire il cliente agli amici scettici.

Di tanto in tanto, nuovi ricchi e intellettuali tornano a chiamare il loro Personal Librarian: «E' la stagione della potatura, bisogna strappare le erbacce, i troppi libri

accumulati ma che non si leggeranno mai più» dice Thometz. Anche qui con prudenza: «Lo so che questo libro è una schifezza — dice un cliente che s'è fatto assemblare la biblioteca — ma l'autore mi sta facendo fare degli affari d'oro e preferisco tenerlo, così quando viene a cena lo vedo in giro ed è contento».

I pochi intellettuali veri che il carovita non ha ancora cacciato da Manhattan inorridiscono in silenzio di fronte alla moda dei Personal Librarian: «Trattare i libri vecchi da erbacce — dicono — annulla la differenza tra chi ha una biblioteca l'ha creata a chi l'ha comprata surgelata. I libri inutili, le tentazioni, gli errori dimostrano la vera fertilità di una biblioteca. E ci sono i sedimenti geologici culturali, da ragazzo leggevo Sartre, poi Joyce, oggi Calvino e Danilo Kis». A Chelsea, ultima trincea dei salotti letterari, si mormora «la prossima mania sarà quella del Lettore Personale, un tizio che ti s'unteggia «La Ricerca di Proust comincia con un signore che ha problemi a prendere sonno». Tariffa quaranta dollari l'ora».



Disegno di Conc