

Agorà

CULTURA, RELIGIONI, TEMPO LIBERO, SPETTACOLI, SPORT

EL ZEVIRO

LIBRO SCOLASTICO, IL BEST-SELLER SCONOSCIUTO

ROBERTO CARNERO

Quando si parla di libri – come avviene in occasione di fiere dell'editoria, festival letterari, rassegne librerie ecc. – c'è un genere di volumi che si tende quasi sempre a ignorare, vale a dire i manuali scolastici. Di questi ultimi si parla caso mai per quanto riguarda i ricami, veri o presunti. A giornali e tv sembrano interessare esclusivamente sotto questo profilo, cioè per le polemiche legate a una spesa da molte famiglie considerata eccessiva. Raramente essi vengono presi in considerazione in quanto prodotti culturali, che peraltro, vista la loro funzione, hanno un'incidenza niente affatto secondaria sulla formazione delle nuove generazioni. In un articolo uscito nelle settimane scorse su "Repubblica" Michele Smargiassi aveva provato a riflettere sui libri di scuola partendo da una giusta considerazione: se parliamo della "varia" (cioè romanzi, saggi ecc.) un autore che superasse un milione di copie vendute dei propri libri diventerebbe automaticamente una star. Perché di fatto in Italia non sono molti gli scrittori che possono vantare di aver superato un simile traguardo: limitandoci a quelli contemporanei, mi vengono in mente i nomi di Umberto Eco, Susanna Tamaro, Paolo Giordano, Roberto Saviano e di pochi altri. Per quanto riguarda i libri scolastici, invece, il tuo manuale può essere un vero best-seller, ma difficilmente il sistema dell'informazione si accorgerà di te, e il tuo nome, noto agli addetti ai lavori (i docenti e, magari, qualche studente particolarmente attento), rimarrà sconosciuto ai più. Eppure non dobbiamo pensare agli autori di manuali come a semplici compilatori ed esecutori redazionali. I libri scolastici di successo hanno tutti un'anima ben individuabile, rispondono a un determinato progetto culturale, si basano su un'idea precisa della disciplina che espongono, del suo statuto epistemologico, dei modi con cui comunicarla sul piano prettamente didattico. Una ricetta del perfetto manuale scolastico valida per tutte le stagioni non esiste. Ci sono però, almeno teoricamente, dei criteri a cui è bene attenersi. Sarebbe importante, ad esempio, che i contenuti fossero esposti in maniera essenziale, lineare e chiara. Perché dico "teoricamente"? Perché quando fai un libro per la scuola scrivi per gli studenti, che però non sono coloro che scelgono il tuo libro. Si scrive per gli studenti, ma si è scelti dai docenti, coloro che "adottano" il libro (peraltro non sono loro ad acquistarlo, ma i genitori degli alunni). Tutto ciò fa capire che si tratta di un mercato assai particolare, con regole editoriali e commerciali tutte sue. Il rischio è che se scrivi un libro perfetto per gli studenti, il docente non lo apprezzi. Questo perché – sbagliando, è evidente – ci sono ancora troppi insegnanti i quali adottano il libro "che piace a loro", più di preoccuparsi che possa essere adatto agli allievi di una certa classe, vedendo nel manuale quasi uno strumento di aggiornamento per sé. Così se di un certo poeta si riescono a trattare, nel corso del programma, al massimo due o tre testi, l'insegnante pretende che il manuale ne riporti almeno una decina: sia per trovarli, magari, qualcosa di nuovo sia soprattutto per poter operare lui la scelta di quali trattare. Poi è normale che studenti e famiglie si lamentino che certi manuali sono troppo ampi e che, se va bene, il docente ne fa studiare, in un anno scolastico, al massimo un 20% delle pagine. Ma se l'editore presenta un volume smilzo, per certe materie (soprattutto quelle umanistiche) l'insegnante non lo adotta. Una professoressa tempo fa mi diceva di preferire un manuale complesso a uno facile, così da mettere i ragazzi di fronte a un ostacolo, che lei li aiuterà a superare... Il fatto è che alcuni docenti pretendono ancora di essere gli unici intermediari autorizzati tra la disciplina che insegnano e i loro studenti. Infine, c'è un altro aspetto fondamentale: la rete commerciale. Alcuni addetti del settore sostengono che la fortuna di un libro scolastico dipende al 50% dalla qualità del prodotto, ma per un altro 50% dalla capacità di penetrazione dei promotori, quei signori che affollano le sale professori delle varie scuole per proporre agli insegnanti le novità. Il libro può essere ottimo, ma se la casa editrice non ha una rete capillare e sufficientemente aggressiva non c'è niente da fare. Al contrario, un libro mediocre messo in mano ad agenti bravi e motivati può ottenere risultati anche lusinghieri. Anche in questo ambito, purtroppo, il pesce grosso mangia il pesce piccolo. Il grande editore finanziariamente in attivo può permettersi – a differenza di quelli più piccoli e magari con qualche difficoltà economica – di accompagnare le copie saggio del manuale che vuole spingere con il dono di tablet ai docenti e di film (d'avanguardia interattiva) alle scuole: argomenti che – a volte, anche se non sempre, per fortuna – spingono ad adottare quel certo libro, forse più delle sue stesse qualità intrinseche.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

anzitutto Tolkien e l'amore nella Terra di Mezzo

Esce postumo un romanzo inedito dello scrittore inglese J. R. R. Tolkien: è la storia d'amore ambientata nella Terra di Mezzo tra l'umano mortale Beren e l'elfa immortale Lúthien, presenti nel *Silmarillion*, scritta e modificata più volte dall'autore del *Signore degli Anelli* ma da lui abbandonata nel 1918. La love story fantasy sarà al centro del nuovo libro intitolato *Beren and Lúthien*, la cui edizione sarà curata dal figlio del grande romanziere, Christopher Tolkien, e illustrata da Alan Lee. Il volume conterrà le varie versioni della storia d'amore tra l'uomo e l'elfa, comprese quelle rimaste in forma di abbozzo. L'uscita è prevista nel maggio 2017.



OSPITE. Il padiglione delle Fiandre, Paese ospite assieme all'Olanda alla Buchmesse di quest'anno

ALESSANDRO ZACCURI
INVIATO A FRANCOFORTE

Si entra alla Buchmesse, si guarda il nuovo stand collettivo degli editori italiani e si pensa che no, il problema non è mai stato il piano nobile. Storia antica, anche se è passato solo un anno. Nel 2015 il fatto che una rampa di scale separasse i libri del nostro Paese da quelli usciti in Francia sembrava la ratifica di un declinamento. Non era così, e a dimostrarlo è il nuovo allestimento italiano per l'edizione 2016. Arredo più accattivante, qualche invenzione grafica e, soprattutto, suddivisione razionale tra la batteria di postazioni assegnate ai singoli editori e l'area antistante, nella quale è esposta la produzione delle regioni che hanno aderito all'iniziativa dell'Aie (Associazione italiana editori). Per ora sono due, Lazio e Piemonte, in futuro si vedrà. Non mancano gli stand dei gruppi principali, da Giunti a De Agostini, da Gems a San Paolo. Anche Mondadori, che l'anno scorso aveva clamorosamente rinunciato a un proprio spazio, ritorna in grande stile. Un anno non è passato invano, dunque. «Il posizionamento in fiera è una forma di comunicazione – commenta Enrico Selva Codde, amministratore delegato di Mondadori – e a noi in questo momento premeva rappresentare con la massima evidenza l'assetto che deriva dall'acquisizione, ormai compiuta, di Rcs Libri».

La diffusione dei nostri titoli sul mercato internazionale nel 2015 è cresciuta dell'11,7% e i primi segnali provenienti dalla Fiera tedesca consolidano la tendenza

ge-quadro sul libro, a quanto pare, ancora non si parla. «La

L'ITALIA c'è E l'editore diventa intraprendente

zionale e cerchiamo di agire in questa prospettiva». Sarà perché alla Buchmesse di quest'anno l'ospite d'onore è l'Olanda, ma il paragone che viene in mente è quello con la Compagnia delle Indie, impresa di commercianti con mentalità da politici. Nonostante l'apporto ministeriale, del resto, l'impressione è che gli editori non debbano rinunciare a una certa intraprendenza. Il Governo incoraggia e apprezza, ma di una leggerezza sul libro, a quanto pare, ancora non si parla. «La

sovrabbondanza e la sovrapposizione di normative non favorisce di certo il nostro lavoro – ammette Motta –. In attesa di un riordino complessivo della materia, un aiuto concreto verrebbe dalla detraibilità delle spese sostenute dalle famiglie per l'acquisto dei testi scolastici. E dei libri in generale, mi verrebbe da aggiungere, ma forse è chiedere troppo».

Un'altra questione aperta è quella relativa al finanziamento delle traduzioni di opere italiane all'estero. Settore strategico, visto che tra i dati diffusi ieri dall'Aie il più incoraggiante riguarda proprio la diffusione dei nostri titoli sul mercato internazionale: nel 2015 l'incremento è stato dell'11,7% e i primi segnali provenienti dalla Buchmesse

sembrano consolidare la tendenza (Einaudi annuncia di aver venduto già in 22 Paesi i diritti del nuovo romanzo di Paolo Cognigni, *Le otto montagne*). «Tradurre non basta», ribatte Pietro Marietti, presidente di Atlantica. Se il nome della società non vi suona familiare, pensate a Geronimo Stilton, che con i suoi 185 milioni di copie vendute nel mondo rimane il più strabiliante fenomeno dell'editoria italiana. «Ma Geronimo non è considerato un personaggio italiano – insiste Marietti –, le sue storie si prestano a essere localizzate in ciascuno dei 45 Paesi in cui è conosciuto». Si va dagli Stati Uniti al Giappone, dove le avventure del topo giornalista sbarcheranno in dicembre, in una veste grafica appositamente pensata per soddisfare la sensibilità orientale. Anche gli affari, però, non sono tutto. In maniera discreta quanto efficace, negli ultimi mesi l'Italia ha dato un contributo significativo alla revisione dello statuto dell'associazione internazionale degli editori (Ipa, International Publishers Association). La modifica, che viene votata proprio oggi a Francoforte, mira a restituire maggiore importanza all'elemento della libertà di espressione. «È un processo avviato lo scorso anno, dopo che l'Ipa aveva deciso di accogliere come soci Cina e Arabia Saudita – spiega Piero Attanasio, che per l'Aie cura le relazioni internazionali –. Attenzione, però, perché non esiste alcuna identificazione automatica tra la politica dei governi e l'atteggiamento assunto dalle associazioni di categoria. In Turchia, per esempio, a fronte di una situazione sempre più drammatica gli editori si stanno comportando con estremo coraggio».

I NUMERI

PER L'AIE LA RECESSIONE È ALLE SPALLE

La ripresa c'è. Anzi, la ripresina. Secondo i dati diffusi ieri dall'Aie alla Buchmesse, nel primo semestre del 2016 in Italia il mercato del libro è cresciuto dello 0,2%. Non esattamente un'impennata, ma la fase recessiva dovrebbe essere conclusa. Certo, dall'avvio della crisi a oggi il fatturato complessivo ha perso una quota di circa il 25% e i punti critici sono ancora molti. Uno su tutti: la scarsa propensione degli italiani alla lettura, pericolosamente diffusa anche tra chi copre posizioni manageriali (il 38,6% di dirigenti e imprenditori dichiara di non aver letto neppure un libro nel 2015). Per il resto le informazioni si incrociano e a volte, in apparenza, si contraddicono: si esporta di più all'estero (+11,7%) e intanto si traducono meno libri stranieri (oggi sono il 17,6% del totale rispetto al 24% di qualche anno fa). È un effetto ottico dovuto alla ripresa della produzione. La proposta di nuovi titoli cartacei segna un +6,5% e gli e-book fanno ancora meglio, con il +21%. Merito del self-publishing, ma anche della valorizzazione digitale del catalogo intrapresa da molti editori. (A. Zacc.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA