

Il futuro dei libri è rosa chic

Συντάχθηκε απο τον/την Άννα Ειρήνη

Δευτέρα, 16 Ιούλιος 2012 15:43 - Τελευταία Ενημέρωση Δευτέρα, 16 Ιούλιος 2012 15:59



ΠΗΓΗ: lastampa.it

La corsa ai prezzi bassi può diventare una minaccia per l'editoria: la qualità costa e pubblicare a metà prezzo non premia

MARIO BAUDINO
milano

Elisabetta Migliavada, milanese, 34 anni, da sei lavora alla Garzanti dopo un apprendistato alla Piemme: tra i suoi autori di punta, Clara Sánchez e Vanessa Diffenbaugh. Con lei comincia una nuova serie estiva dedicata ai giovani emergenti dell'editoria di oggi e alle loro scommesse sul futuro del libro.

“Non posso neanche immaginare un mondo senza librerie» dice Elisabetta Migliavada, editor della narrativa straniera Garzanti. 34 anni, da sei nella casa editrice milanese dopo un apprendistato a Piemme che le ha fatto incrociare il successo strabiliante di Hosseini - ma non fu lei a scegliere Il cacciatore di aquiloni, racconta sorridendo al ricordo delle polemiche che accompagnarono il suo passaggio di casa editrice - è considerata l'inventrice del rosa chic, termine che naturalmente rifiuta. I successi commerciali di questi anni, quelli diciamo al profumo delle foglie di limone o sussurrati nel linguaggio segreto dei fiori (non ci sono però solo Clara

Il futuro dei libri è rosa chic

Συντάχθηκε απο τον/την Άννα Ειρήνη

Δευτέρα, 16 Ιούλιος 2012 15:43 - Τελευταία Ενημέρωση Δευτέρα, 16 Ιούλιος 2012 15:59

Sánchez e Vanessa Diffenbaugh nella sua ormai numerosa scuderia) sono nati nell'ufficio di via Parini dove, confessa, le piace da pazzi inventare dei bei titoli - e non solo.

Gli originali, nel caso delle due autrici, non erano granché: da *Quel che nasconde il tuo nome*, e passi anche se è tanto spagnolo come la Sánchez, a *Il linguaggio dei fiori*, che fa pensare a un manuale di bon ton. A volte basta un aggettivo, in questo caso «segreto», e cambia tutto. Ma serve anche «una bella storia raccontata bene», dice la giovane editor abbandonandosi un poco nell'afa di una giornata milanese. Luglio è un mese di grande lavoro, negli uffici delle case editrici. Già si corre verso l'autunno, e per una volta senza sapere che cosa ci aspetta dopo il ritorno dalle vacanze - beninteso per chi le fa. La situazione è quella che è: calo di vendite, librerie indipendenti in difficoltà, grandi catene in grave affanno, necessità di cambiare, di inventarsi qualcosa per attraversare la grande crisi.

La domanda è rituale: se già non è chiaro l'orizzonte fra tre mesi, che cosa si può pensare di questo mondo fra dieci anni, quando la generazione della Migliavada avrà tutte le leve del comando? «Che dire? Spero che l'editoria ci sia ancora - scherza annunciando che in caso contrario dovrebbe attivare, personalmente, qualche piano B -, e soprattutto che ci siano i libri». Lo spera, e lo crede. «Gli editori devono restare uniti. Le novità tecnologiche non sono una minaccia, e gli e-book sono un modo per ampliare l'area della lettura, anche se in Italia la loro crescita sarà più lenta che altrove». Lo fa pensare quel che sta accadendo oggi in libreria, e cioè il fenomeno dei libri rilegati a 9,90 euro lanciati da Newton Compton.

«Sembra che in Italia si voglia spendere poco e si cerchi tuttavia il volume rilegato, che evidentemente non ha perso nulla del suo fascino. Il vero problema è se la gente legge meno. Però se tutti si mettono a fare libri a metà prezzo, non andiamo da nessuna parte. È vero, i lettori sono molto arrabbiati per la legge Levi, che fissa il massimo sconto: ma in Inghilterra, con lo sconto libero, è finita l'indipendenza. La qualità costa, non c'è niente da fare». La corsa ai prezzi bassi, in fondo una risposta indiretta alla legge Levi, può diventare, dice, «una minaccia». «L'ultima volta che in America si parlava del calo generale del mercato, qualcuno ha osservato come la minaccia di Amazon è per gli editori Usa quel che i libri low-cost sono per noi». Lei però non ne ha ancora risentito. Anzi ha rilanciato, sdoganando un genere, e ha invaso le classifiche con le sue autrici.

«Il termine rosa-chic non mi piace. E soprattutto dà fastidio a un determinato tipo di lettrici. Parlerei piuttosto di letteratura rivolta prevalentemente a un pubblico femminile moderno; rosa è un termine che mi suona vecchio». E parrebbe sia stato sostituito, come fenomeno, dal pornoso. «Non saprei. Ha in mente le Cinquanta sfumature di grigio, in testa alle classifiche? Mi pare faccia parte di quei fenomeni che ritornano periodicamente». In America Meg Woolitzer, scrittrice considerata «chick lit», come dicono da quelle parti, ha coniato un interessante assioma: «Se Jonathan Franzen parla di vicenda familiare, è grande letteratura, se lo faccio io o qualche mia collega, è soltanto rosa». «Credo non abbia del tutto torto. E se è per questo è anche una nostra autrice».

Non se ne lascia scappare una, se è per questo. «Siamo seri. La letteratura femminile è un po' troppo categorizzata. Ma le lettrici non amano essere inscatolate. Noi siamo come Garzanti il primo editore al mondo che ha capito *Chocolat* della Harris. Era il 1999. Per me è stato naturale

inserirmi in questa tradizionee trovare buone scrittrici». Come definirebbe la qualità, dal suo punto di vista? «Dev'essere di tipo sostanziale. Devi raccontarmi la storia in un modo da farmi pensare che nessuno l'abbia mai fatto come te». E chi decide la qualità? «Io ho un compito. Esisto come editore per selezionare, scegliere, curare. Soprattutto per scegliere. L'ho imparato da Mario Spagnol, che pure non ho mai conosciuto, ma la cui lezione è rimasta nel nostro gruppo editoriale: non accontentarsi mai e fare selezione. Una cosa "carina" non basta».

La giovane editor ha imparato e rilanciato. Merito dei buoni maestri? «Ne ho avuti tanti. Qui alla Garzanti, nel gruppo Gems, Stefano Mauri. Alla Piemme Pietro Marietti e Maria Giulia Castagnone, già da quando ero stagista, appena laureata, e andavo alle riunioni di redazione dove si discuteva anche per ore se un titolo dovesse o non dovesse avere, che so, l'articolo». Altre cose saranno maturate sul campo. «Per esempio l'importanza di capire qual è la prima cosa che si vede su una copertina». Le si potrebbe obiettare che questa è una qualità tutta commerciale. «Guardi, sono felicissima che in Italia ci siano molti critici del nostro lavoro. Però ricordo che Jorge Amado, autore Garzanti, e soprattutto autore indiscutibile, raccontava spesso di una lettrice che gli telefonava scongiurandolo di salvare il protagonista. "Faccio lo scrittore soprattutto per questo", era il suo commento».

Non pensa che il lettore possa essere manipolato? «Forse qualcuno cerca di instupidire i lettori, ma non mi pare che sia il nostro caso. E poi, instupidirei lettori non conviene a nessuno». Ora incombono però anni difficili. Chissà se sarà sufficiente fare buoni libri, o bisognerà cambiare tutto. Elisabetta Migliavada racconta di aver trovato su Twitter un'intervista degli Anni Sessanta, con Arnoldo Mondadori e Livio Garzanti. Parlavano di pubblicità, anzi di «propaganda». E fra le altre cose spiegavano che serve fino a un certo punto. «Mi ci sono ritrovata. La vera sfida è capire come andare incontro alle persone che leggono. Chissà, forse ho un modo di vedere antiquato». Dipende dai punti di vista. A proposito, qual è stato il primo libro scelto, voluto, deciso tutto da lei? Sfigology . Prego? «Si intitolava proprio così, anzi diventò Sfigology in love . Era il 2004. Una storia dei segni zodiacali al contrario. Lo volli per la Piemme, e fu anche un discreto successo». Questo lavoro le piace proprio tanto, vero? «Ne sono innamorata. Non ci si annoia mai».