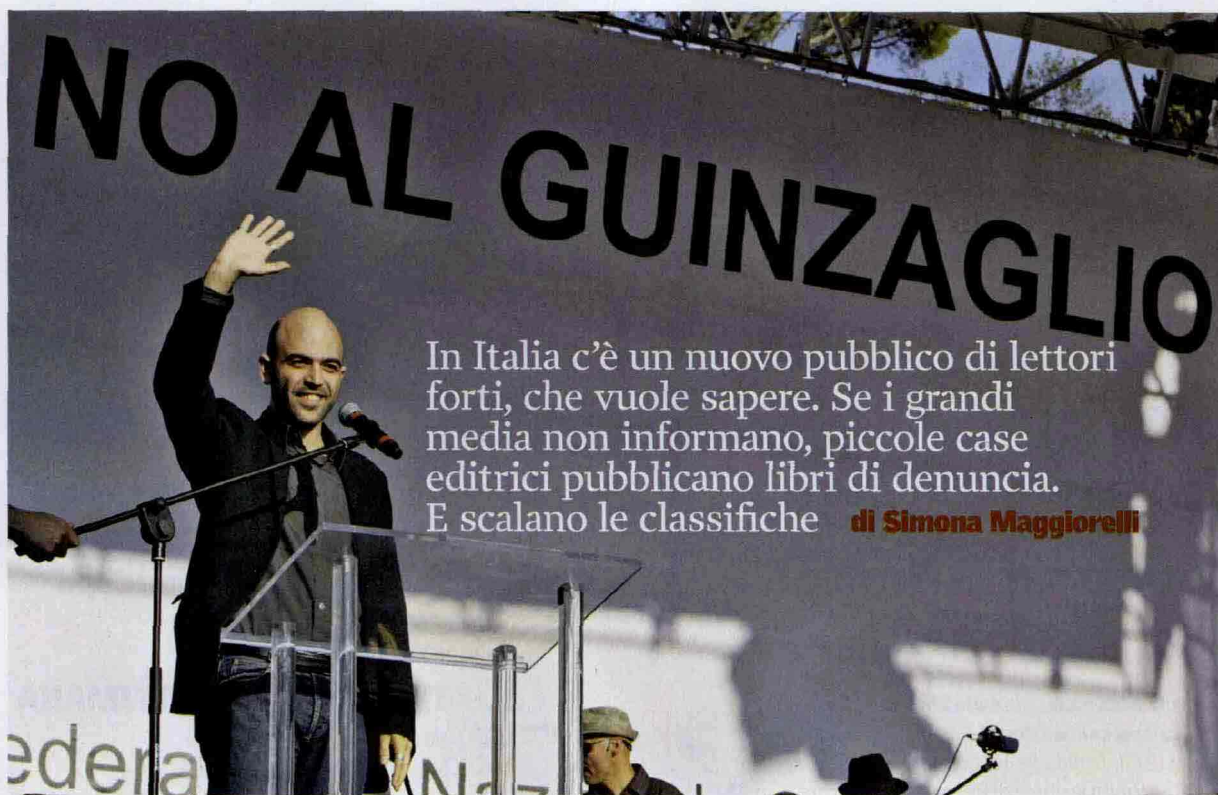


culturail caso



Lo scrittore Roberto Saviano alla manifestazione per la libertà di stampa del 3 ottobre a Roma

In Italia c'è un nuovo pubblico di lettori forti, che vuole sapere. Se i grandi media non informano, piccole case editrici pubblicano libri di denuncia. E scalano le classifiche **di Simona Maggiorelli**

In un Paese come l'Italia in cui, a destra e a sinistra, si fa a gara per genuflettersi ai diktat del Vaticano colpisce che libri come *La questua* (Feltrinelli) di Maltese, o come *Chiesa padrona* (Garzanti) di Ainnis, siano stati in cima alle classifiche di vendita per mesi. E il fenomeno dei "best seller anticlericali", aperto nel 2006 da *Contro Ratzinger* (Isbn), non accenna ad attenuarsi. Anzi. Lo dimostra un saggio-inchiesta come *Vaticano spa* (Chiarelettere) in cui Gianfranco Nuzzi, carte alla mano, dimostra come la banca vaticana faccia da lavanderia per il denaro sporco, a tutto vantaggio della mafia di certa politica e imprenditoria italiana. Un libro serrato e documentatissimo che, in meno di 6 mesi dall'uscita, ha venduto 70mila copie. Lo stesso vale per il libro di Rendina *La santa casta della Chiesa* (Newton Compton). E si sale addirittura a 100mila copie per *Il libro che la tua Chiesa non ti farebbe mai leggere* di Leedom e Murdy, che Newton Compton vende anche negli autogrill e nei centri commerciali,

Coraggiose controstorie

raggiungendo così anche quel pubblico che di solito non va in libreria. Poi, a curiosare fra le righe delle più recenti analisi del mercato librario pubblicate sul sito del ministero dei Beni culturali, scopriamo anche che quello stesso zoccolo duro di lettori forti che compra titoli così corrosivi ama anche una certa coraggiosa saggistica firmata soprattutto da giornalisti che, nonostante le minacce di mafia e camorra, hanno raccontato gli intrecci fra criminalità organizzata e potere politico. Il caso di Roberto Saviano e del suo *Gomorra* è la punta di un iceberg. Ma potremmo parlare anche dei libri di Lirio Abbate e di molti altri colleghi. E se le inchieste di

Travaglio e Gomez (insieme a quelle di Saviano) sono fra le più "gettonate" dal pubblico giovane, sempre fra quei forti lettori che da soli tengono in piedi il 41 per cento delle vendite librerie scopriamo la fisionomia di un pubblico colto, esigente, che per dirla con Lorenzo Fazio di Chiarelettere «non si accontenta del tg delle venti, ma vuole un'informazione più approfondita e completa». Una domanda culturale alta che oggi trova risposta in primis nel lavoro di alcune piccole e medie case editrici di lunga tradizione, o più giovani ma che sfidando l'ottusità dell'oligopolio italiano, libro dopo libro stanno riscrivendo la storia recente portando



© MONALDO/LAPRESSE

alla luce quanto in quella ufficiale era sempre rimasto occultato e nascosto. «In questa Italia che sembra anestetizzata, però quando esce un'inchiesta che si interroga sui tabù che consolidano religioni e Chiese, o regimi - dice Fiammetta Biancatelli, portavoce di Raffaello Avanzini di Newton Compton - notiamo un interesse crescente e questo ci stimola a tirare fuori libri che scuotano le coscienze». Dall'*Italia dei colpi di Stato* di Gianni Flamini all'*Italia dei poteri occulti* di Willan, alle inchieste sulla destra di Semprini e Caprara - solo per citare alcuni titoli - grazie al lavoro di questa casa editrice indipendente si è formata, così, nel corso di pochi anni, un'innovativa collana di "controstoria".

«La piccola editoria è sempre stata la più critica verso il potere, anche perché avendone poco critica chi ce l'ha», commenta Giuseppe Laterza, ospite del Festival storia (che si svolge a Torino e a Saluzzo fino al 25 ottobre) per parlare di editoria e potere. Economista, laure-

ato con Federico Caffé, da quando ha preso le redini dello storico marchio di famiglia, Giuseppe Laterza, pur continuando a coltivare un solido catalogo, ha fortemente aperto all'innovazione, anche stringendo rapporti con rassegne come il Festival della mente di Sarzana per «contribuire a costruire un ponte fra cultura scientifica e divulgazione». «Per sua natura - spiega - una piccola casa editrice si regge sulla sperimentazione, sulla capacità di innovare. Una casa editrice molto grande è più vincolata nel suo modo di agire. Anche se - precisa Laterza - non possiamo dimenticare che *Gomorra* è uscito con Mondadori». Una bella eccezione che, tuttavia, non cambia la realtà del colosso berlusconiano che copre il 29 per cento del mercato librario italiano e il 38 per cento del mercato dei periodici, ma che è ingessato in una produzione commerciale e standardizzata. Anche per resistere al-

Best seller anticlericali. E inchieste contro la mafia. I saggi che "tirano"

la "politica" del patron di Mondadori è nata la collana di saggistica "anticorpi" che si avvale del lavoro di studiosi come Luciano Canfora. «Una collana nata come strumento di lettura della realtà quotidiana. Il titolo - ricorda Laterza - mi fu suggerito da Sylos Labini: «Di tycoon che vogliono mettersi in politica - diceva - è pieno il globo ma in Italia non ci sono gli anticorpi, i fattori di resistenza. Non è un caso che qui governi un personaggio come questo premier che nessun'altra democrazia accetterebbe. E non è un caso che il nostro sia il Paese con i più bassi consumi culturali al mondo». E la responsabilità è anche di chi dovrebbe fare opposizione. «Una sinistra che continua a trascurare la scuola, l'università, le biblioteche - conclude Laterza - produce, come effetto, anche la possibilità da parte di un personaggio come Berlusconi di dominare attraverso la tv, nell'ignoranza generale».

In questo quadro, fa notare l'editore Marco Dalai, la tv ma anche i grandi giornali stanno del tutto venendo meno al proprio compito di informare. «Lo noto una volta di più - spiega Dalai - in questi giorni, con l'uscita di un libro come *Troppi Farabutti*. Nonostante l'autore, l'avvocato Oreste Flaminio Minuto, sia stato uno storico difensore del gruppo l'Espresso e benché il "partito Repubblica" oggi sia più che mai in trincea contro

il Cavaliere, registro una certa ritrosia a parlare di questo libro che denuncia l'assenza di libertà di stampa oggi in Italia». Ma il pubblico nel nostro Paese non è del tutto assopito, rilancia Dalai: «Lo dimostra un giornale come *Il Fatto* che supera le 100mila copie vendute. Un evento che non mi sarei mai aspettato. Un successo dovuto a quello stesso pubblico che compra i libri di Chiarelettere, che segue una certa saggistica che facciamo noi con Garzanti e alcuni altri piccoli editori puri. Quel pubblico c'è e vuole capire. Nelle trasmissioni tv c'è troppo rumore e poca quiete, per andare al fondo delle cose - conclude Dalai - non restano che i libri». ■