

Quale futuro Conclusioni aperte di Raffaele Taddeo

Alcune delle risposte ai questionari proposti sia nel 2016 che in quest'anno pongono seri interrogativi. Le più significative sono quelle che affermano da una parte l'assoluta caratteristica culturale dei venditori dei libri di strada e dall'altra poi interpretano il gesto dell'acquisto di un libro dai venditori di strada come un fatto solidaristico. Sotto molti aspetti le due risposte sono degli ossimori perché un fatto prettamente culturale è lungi dall'essere solidaristico, anzi quando lo è o ne assume velatamente i contorni, termina di essere culturale. L'acquisto dei libri come fatto solidaristico è avvalorato poi da un'altra risposta e cioè dal fatto che non sempre si leggono i libri acquistati in strada. In effetti nell'indagine svolta nel 2016 il tipo di riscontro sembra nettamente diverso e potrebbe essere più accettabile per il maggior numero di questionari registrati, ma un'analisi attenta fa emergere come la formulazione della domanda poteva indurre ad una risposta non del tutto corretta perché la scelta era su due variabili e non su più variabili, quindi si offriva una propria opinione positiva anche se si apriva il libro o lo si sfogliava. Più attendibile quindi ciò che emerge nell'indagine svolta nel 2017.

La contraddizione fra considerare la vendita dei libri in strada un fatto di cultura e poi valutare l'acquisto come fatto solidaristico, può avere molteplici spiegazioni che solo a livello intuitivo indicherei in questi elementi: a) la proposta ci viene fatta ai nostri giorni essenzialmente da stranieri, per lo più di origine subsahariana; b) è profonda nella coscienza dell'uomo bianco la convinzione della superiorità culturale dell'europeo rispetto all'africano di colore nero; c) l'acquisto del libro come fatto di solidarietà deriva però dalla volontà propria di dimostrarsi non razzista e quindi di accettare uno scambio da chi socialmente, oggi, è in posizione di difficoltà e osteggiato a livello sociale. Oltre tutto l'atteggiamento razzistico a livello sociale può subire mutazioni nella popolazione molto marcate anche nel breve periodo. Sono sufficienti pochi episodi critici perché la gente muti e cambi umore ed opinione.

E' possibile risolvere questo equivoco?

Una considerazione che è quasi necessaria fare è relativa alla politica seguita da testate di giornali venduti in strada sia a livello europeo che italiano. *The Big Issue*, *Biss*, *Piazza grande* all'inizio, *Fuori Binario* sono stati fondati e in genere hanno continuato a praticare una politica di riscatto degli emarginati e socialmente esclusi del proprio paese, della propria città. Mi sembra che solo *Piazza Grande*, attualmente, e *FoglioDiVia*, dalla sua costituzione, abbiano preso in esame gli immigrati come persone disagiate economicamente e socialmente su cui riversare la loro attenzione. Lo straniero non era presente e in gran parte non lo è nelle loro politiche di attività, nonostante il fatto che immigrati in Gran Bretagna e in Germania siano presenti da un maggior numero di anni rispetto alla situazione italiana. Certamente un discorso a parte è da fare sul giornale "Come", che da subito prese lo straniero come riferimento e gruppo sociale degno di attenzione. Ma forse Milano era già dalla fine degli anni '80 investita dal problema immigrazione più di ogni altra città italiana.

Se dovessimo chiederci il perché di questa politica seguita dai giornali venduti in strada con ogni probabilità dovremmo risponderci che la scelta, oltre che per ragioni di derivazione filogenetica (*The big Issue* ha fatto da apripista alle esperienze europee), dipende anche dal timore che si generasse confusione fra cultura e solidarietà e che scopo principale era quello di un riscatto che avvenisse sul piano della costruzione e diffusione di uno strumento di valore culturale.

Sembra a questo punto che la scelta della diffusione dei libri in strada mediante immigrati essenzialmente di colore sia stata un'intuizione che vedeva nel legame, così come detto in altra parte, fra venditore e ambasciatore di cultura, una carta vincente e capace di offrire al paese qualcosa di totalmente nuovo. Ma si era in altri periodi, quando era ancora forte il senso di curiosità nei confronti dello straniero e il desiderio di capirne anche la sua portata culturale.

Pap Khouma nell'editoriale illustra la situazione francese e senegalese dei libri venduti in mercati fissi di ambulanti e non di librerie. Anche in Italia, e riferisco l'esperienza di Milano, ci sono venditori ambulanti con tanto di licenza che offrono nei mercati libri di seconda mano, libri riciclati provenienti da soffitte o cantine e a volte preda di bibliofili che commerciano, lucrando su edizioni rare, ignare agli stessi ambulanti. Ma chi va al mercato e si accosta ad una bancarella compie un'operazione di puro scambio commerciale e non pensa che il venditore ambulante stia facendo opera di cultura, salvo in alcune situazioni rare come potevano essere le edicole site in piazza Oberdan a Milano.

La vendita in strada con i libri portati in borsa o sulle braccia ha un altro significato e può avere un maggiore senso culturale se liberato dalla commiserazione della solidarietà.

Ci sono, comunque elementi, fra lo storico e il letterario, che emergono ad esempio nelle pagine del romanzo "Vita" di Melania G. Mazzucco, su cui riflettere. Diamante, il ragazzino che cerca di ricavare pochi spiccioli al giorno dalla vendita di giornali fatti da italiani in strada, trova l'escamotage di nascondere il pacco di giornali e dire al potenziale acquirente che è l'ultima copia che gli è rimasta così da far impietosire l'interlocutore. Dall'altra vi è la testimonianza dell'editore Mauro Baffico che afferma come la proposta editoriale di poesia africana fu un grande successo, come lo sono state le numerose edizioni del libro *Imbarazzismi* di Kossi Komla Ebri, quasi a suggerire l'ipotesi che in questo caso i testi non siano solo stati offerti, ma siano stati anzi ricercati volutamente perché non erano nelle librerie.

Se queste considerazioni sono corrette, se l'intuizione di Mauro Baffico non è da considerare solo come un fatto transitorio, ma carico di potenziale senso e significato culturale, è necessario allora pensare seriamente di legare la distribuzione e vendita del libro in strada ad un discorso di qualità del lavoro stampato, ad un sistema di pubblicità precedente alla messa in strada del testo, ad un coinvolgimento di autori di qualità, così che l'acquirente, se vuole conoscere un significativo prodotto culturale, è costretto a cercarlo proprio in nelle vie pedonabili.

A detta di varie voci, da "Terre di mezzo" alle varie testate di giornali venduti in strada, la crisi economica ha giocato moltissimo ad un ridimensionamento di un certo rapporto virtuoso fra venditori di libri e pubblico così che si è finito di confondere l'aspetto culturale con quello solidaristico. Ma forse, proprio come avviene nelle crisi economiche, bisogna avere la capacità di rimpostare le strategie di marketing, così che non è più sufficiente l'abbinamento del venditore straniero, anche di colore, con un prodotto librario per rendere quest'ultimo un fatto culturale, né vedere nel primo un ambasciatore della cultura d'appartenenza, degno di attenzione e rispetto.

Non è da sottovalutare anche il fatto che l'atteggiamento degli italiani nei confronti degli stranieri è in gran parte mutato negli ultimi anni, perché si è passati da un momento di curiosità a volte solo folclorica, ad un altro ove sono riemerse viscerali e sopite posizioni razzistiche che si ripropongono sempre quando un popolo è in grave difficoltà economica.

Pensare che tutto il problema della vendita dei libri in strada possa ritenersi finito o concluso nella sua parabola positiva può essere un dato da prendere in considerazione e rassegnarsi a vederlo come un'esperienza storica che ha segnato il suo tempo, ma forse è possibile rilanciarlo con investimenti opportuni ove si consideri la formazione dei venditori, stranieri o autoctoni, l'aspetto pubblicitario della merce da porre in vendita, la consapevolezza che il mercato dei libri possa avere delle alternative rispetto alla concentrazione monopolistica delle case grandi editrici, che oltre che stampare libri li distribuiscono e vendono attraverso le loro megalibrerie che oltre tutto da tempo offrono anche altri servizi oltre il puro e semplice libro. Forse l'autore alternativo, che non vorrà sottomettersi agli imperi delle grandi case editrici, non disdegnerà di vedere il suo testo venduto in strada ed anzi riterrà la sua scelta importante sul piano politico e culturale.

C'è un'ultima considerazione da fare e che viene suggerita dalla recensione al libro *I librai pontremolesi. Storia esemplare di un mestiere meraviglioso* di Gian Battista Martinelli, stesa da Francesco Cosenza e collocata in altra sezione di questo numero unico. I portatori di testi in gerle

che li vendevano nei vari paesi offrivano edizioni di case editrici importanti come Lucchi e Bietti, Salani e Dall'Oglio/Corbaccio, ma anche Mondadori, Rizzoli, Garzanti, Hoepli. E se i venditori di libri in strada stranieri e italiani oggi ricominciassero a ripercorrere paesi privi di librerie, con altri mezzi che non le gerle? Ce ne sono tanti ove manca un libraio, che non può sopravvivere in un piccolo centro. Forse che allora l'attività dei nuovi "pontremolesi" non assumerebbe un compito altamente culturale a condizione che la loro offerta sia più ampia e non limitata a letteratura africana o a testi per bambini?