

## *Due opinioni a confronto*

Candelaria Romero e Melita Richter

L'editoria di strada sembra mostrare segnali di difficoltà, nonostante il suo importante ruolo in passato e le nuove iniziative in atto. Sulla attuale situazione del fenomeno e sulle sue prospettive, protagonisti e studiosi hanno fornito numerosi elementi di riflessione in questo numero di "El Ghibli". I contributi, in buona parte divergenti, di Candelaria Romero e Melita Richter, membri del Comitato Editoriale della rivista, sono qui proposti con un intento operativo: la loro funzione non è di chiudere teoricamente un dibattito, ma di sollecitarne la continuazione attraverso la ricerca di concrete e fattive risposte.

*Se il problema della credibilità dell'editoria venduta per strada non può essere risolto, in prospettiva, solo facendo acquistare i suoi libri, ma facendoli leggere, come è possibile creare interesse e curiosità verso questo fenomeno editoriale e la sua produzione?*

CANDELARIA ROMERO. Bisognerebbe chiedere ad alcune case editrici di "adottare" alcune collane o titoli. In modo da venderli nelle librerie. La vendita per strada secondo me non ha futuro.

MELITA RICHTER. Sto pensando alla fatica che investe un editore e/o un autore nella promozione del proprio libro, nelle presentazioni, recensioni, dibattiti, viaggi promozionali, diffusione via media, Tv, ecc. Una gran fatica. Trovo che se ci fosse un investimento di energia e volontà a promuovere i libri che i venditori offrono per strada, se ci fosse un Corrado Augias, o un Fabio Fazio (lasciamo stare quanto possa essere diventato indigesto a molti) a parlare in TV del libro degli autori africani, senza orpelli orientalizzanti, se sulle pagine di cultura dei settimanali si potesse leggere qualcosa sull'autore o sulle tematiche che i libri venduti per strada trattano, l'interesse potrebbe ravvivarsi. E il venditore con il libro promosso in questa maniera acquisterebbe dignità.

Detto ciò, non penso alla spettacolarizzazione e 'africanizzazione' dei testi, ma a una giusta collocazione dell'autore/i e dei contenuti, se legati alle tematiche dell'Africa contemporanea. Quindi, il libro all'interno di una contestualizzazione, una pubblica visibilità letteraria.

Inoltre, se nelle scuole si facesse un intelligente proselitismo e si coinvolgessero gli alunni a leggere gli autori africani, se gli insegnanti stimolassero loro a fare delle ricerche, a scrivere le tesine, - un lavoro magari accompagnato da un mediatore/trice culturale africana che precede l'invito alla lettura e attualizza le problematiche del paese -, anche il valore del libro di strada acquisterebbe un'altra dimensione. Aiuterebbero anche le promozioni librarie tipo la settimana delle culture dell'Africa, degli autori africani, una notte del libro africano...

*Come superare la frammentarietà delle proposte, facile preda delle pubblicazioni meno qualificate?*

CANDELARIA ROMERO. Per dare qualità ad un libro bisogna che sia nelle mani di persone qualificate; editor, veste grafica, e scrittore qualificato. Altrimenti cade il progetto. Io stessa compro spesso libri per strada ma non finisco di leggerli perché troppo scadenti.

MELITA RICHTER. D'accordo con Candelaria.

*Forme di stanzialità, come la presenza di punti vendita fissi (nelle strade, nelle piazze...mercati...), di appuntamenti ricorrenti (ad esempio in coincidenza coi mercati settimanali...), di luoghi istituzionali (spazi nelle biblioteche ...) potrebbero conferire maggior credibilità a queste pubblicazioni?*

CANDELARIA ROMERO. Sì, spazi nelle biblioteche o nelle librerie e serata di letture ad alta voce a tema.

MELITA RICHTER. Anche scaffali di libri nelle biblioteche 'multiculturali' delle scuole. Pure negli asili dove le maestre possano utilizzare giochi, racconti e fiabe africane.

*Al di là dell'attenzione che merita in quanto persona, è possibile pensare di valorizzare culturalmente e professionalmente la figura del venditore? Questo potrebbe facilitare il contatto col passante?*

CANDELARIA ROMERO. No, credo che la figura del venditore di strada non sia una figura semplice da valorizzare. Non credo sia dignitoso andare in giro a chiedere alle persone di comprarti un libro. Va rivista completamente questa figura.

MELITA RICHTER. Cito le parole di un venditore di strada: "Noi venditori di libri vi raccontiamo come è fatta l'Africa" (Anna D'Agostino, la Repubblica - Torino, 22 maggio 2013). Se c'è uno che esprime questo bisogno di raccontare il proprio paese attraverso i libri che offre ai passanti, perché non ci potrebbero essere altri, anche se in minoranza, capaci di ampliare la mera offerta con delle parole da scambiare con i potenziali acquirenti? Prima di considerare che sia una cosa impossibile, sarebbe da provare. Certamente, la narrazione non sarebbe né 'scientifica' né storica, ma soggettiva e quindi servirebbe una certa autenticità. Un passo che prevederebbe la formazione mirata, la scrematura di venditori, una modalità da sviluppare ecc... Molto difficile!

Pensiero laterale: vi racconto un evento che ha coinvolto - tra gli altri -, i venditori di libri di strada senegalesi. Era il primo marzo del 2010, lo sciopero degli immigrati contro le facili espulsioni dei lavoratori stranieri e la protesta per far capire all'opinione pubblica italiana quanto sia determinante l'apporto dei migranti alla tenuta della società italiana. La manifestazione era diventata il primo sciopero nazionale degli immigrati guidata dallo slogan "24 ore senza di noi". E' stata la prima volta che a Trieste si è formato un folto corteo di immigrati (di solito, quando ne prendono parte, per es. al corteo del Primo Maggio, sono un'esigua e silenziosa minoranza). Folto e rumoroso, con voci alte e richieste espresse pubblicamente nelle strade e nelle piazze della città. Una città sorpresa dal colore dei suoi concittadini fino allora invisibili. La cosa più bella, e per me più forte, è stata quando i senegalesi hanno cominciato a scandire i versi di Léopold Sédar Senghor, tutti insieme e in crescendo, e qualcuno offriva il libro "Poesie dall' Africa" di Senghor ai passanti. Rammento questo momento come un momento di straordinaria unione di vari elementi: visibilità dell'ambulante africano nello spazio pubblico ma in una dimensione diversa, la sua cultura, l'orgoglio di appartenenza, il libro, la poesia, il risuono di un'altra lingua. Momento fortemente simbolico. E m'interrogo oggi: come far uscire queste componenti senza che necessariamente siano voci di protesta?

*Quali eventi potrebbero contribuire a rendere più visibile questa produzione libraria?*

CANDELARIA ROMERO. Bookcity, Festival, ferie dei libri, biblioteche interculturali, eventi di bookcrossing ecc.

MELITA RICHTER. Penso di aver espresso il mio pensiero sopra.

*Ciascuna delle case editrici che vendono per la strada sono presenti sul web. Come potrebbe essere incrementato il rapporto tra la rete reale e quella virtuale di questi volumi?*

CANDELARIA ROMERO. Ci vogliono soldi per fare più pubblicità a queste case editrici e ripeto, secondo me se una Mondadori o Gallucci [casa editrice specializzata per l'infanzia ndr] potesse mettere sul proprio sito web: adottiamo un libro della casa editrice tal dei tali, potrebbe essere vincente.

*Come gestire la varietà delle collane (poesia, narrativa, manuali di cucina, guide turistiche, saggi di politica e attualità...) e il rapporto tra di esse?*

CANDELARIA ROMERO. Non saprei.

MELITA RICHTER. Le collane sono numerose. Seguono il loro cammino autonomo e parallelo. Alcune, per es. le guide turistiche, i saggi di politica, le vedrei sugli scaffali delle agenzie di viaggio che potrebbero accompagnare la propria offerta col suggerimento di libri da leggere... manuali di cucina in miriadi di ristoranti e luoghi dove si promuovono le cene multietniche... poesie, lette ad alta voce in occasione di molti festival della poesia...

*Più in generale, pensando ai comportamenti del consumatore che frequenta megastore e mercati elettronici, ci sono (ancora) motivi per sostenere, senza scivolare, ripetiamo, in facili moralismi, i vantaggi della vendita dei libri per strada?*

CANDELARIA ROMERO. Per me non c'è nessun vantaggio nella vendita per strada così come viene fatta oggi. Va rivisitata completamente.

MELITA RICHTER. Abbastanza d'accordo. La necessità dei venditori di strada è molto più pressante e vitale di quanto lo siano la disponibilità, curiosità e voglia di lettura di libri che trattano folcloristici argomenti dell'Africa da parte dei consumatori. L'insistenza del venditore crea avversione e rifiuto. Tutto si esaurisce nei gesti di elemosina-carità. Non si istaura la relazione.

Chiedo a un giovane professionista, amico che legge e compra i libri, quale sensazione suscita in lui il venditore di libri per strada. Risponde con la domanda: "Quelli che rompono? L'avversione."