

Io ho portato qui questo libro che è *L'allegria*, vuole che gliela cerchi io? Che cosa? Vuole leggere *I fiumi*.

UNGARETTI — Non so; *I fiumi* è una poesia forse un po' lunga

DELLA GIOVANNA — Abbiamo tempo, vuole che gliela cerchi io professore?

UNGARETTI — Mi fanno sempre leggere poesie, gente terribile.

DELLA GIOVANNA — È una specie di piccolo tranello che le abbiamo fatto.

UNGARETTI — Io non sapevo di dover fare anche l'attore.

(*legge la poesia I fiumi dall' Allegria*).

DELLA GIOVANNA — Mi pare che non ci sia altro da dire che: « Grazie Ungaretti ».

INCONTRO CON MONDADORI

DELLA GIOVANNA — Per molti scrittori italiani, quando si parla del Presidente non si allude al Presidente della Repubblica o al Presidente del Consiglio dei Ministri o al Presidente del Senato o al Presidente della Camera, si intende il Presidente della Casa Editrice Arnoldo Mondadori, che è il nostro ospite di questa sera.

Il Presidente della Casa Editrice Arnoldo Mondadori è Arnoldo Mondadori e credo che a lui piaccia di essere chiamato il Presidente: e anche questa sera noi siamo così abituati a chiamarlo il Presidente che sentirete spesso ripetere questo nome.

Il Presidente della Casa Mondadori è l'uomo che ha creato una delle più grandi Case Editrici, forse del mondo, certamente d'Europa, e la Casa Editrice Mondadori è fra le otto grandi case editrici europee. Ha cominciato la sua carriera facendo il garzone droghiere. Se non mi sbaglio credo non sia andato più in là della terza elementare.

MONDADORI — La quinta.

DELLA GIOVANNA — La quinta elementare! E, dopo aver fatto il garzone droghiere ha fatto diversi mestieri, anche l'operatore cinematografico, credo. Comunque la sua passione per l'editoria si è sviluppata molto, molto presto, e nel 1907 aveva già una piccolissima impresa editoriale a Ostiglia, in provincia di Mantova. Era una impresa molto modesta, cioè funzionava con un torchio a mano, che ha un valore storico oggi; cercherò di mostrarvelo: è riprodotto in un libro dedicato al cinquantenario della Casa Editrice: questo è il torchio a mano su cui si stampavano i primi libri della Casa Mondadori e questo qui di fianco è un giornaleto « Luce! », col punto esclamativo, un titolo incoraggiante, ed è stato il primo giornale che Mondadori fece nel 1907, e che aveva già illustri collaboratori come Enrico Ferri, Tomaso Monicelli ed altri.

Dopo questi primi tentativi col torchio a mano, ebbe subito una vera e propria tipografia, con una piccola rotativa, se non mi sbaglio, che si chiamava « La sociale » e cominciò a stampare libri per ragazzi che hanno avuto molto successo.

Subito dopo la guerra si trasferì a Milano ed iniziò, credo, lo Stabilimento Grafico di Verona, che oggi è una immensa costruzione con una potentissima organizzazione tecnica e commerciale. Dal 1920 in poi, come si fa a citare tutti gli autori che sono passati per l'ufficio di Arnoldo Mondadori? Alcuni fra i più famosi possiamo ricordarli, e veramente il primo mi pare sia stato (che ha dato un grande impulso alla Casa) Virgilio Brocchi.

MONDADORI — Sì.

DELLA GIOVANNA — Virgilio Brocchi, che dirigeva anche una collana di libri; poi ci sono stati i grandi autori come Pirandello, come Trilussa, che hanno raggiunto tirature enormi, eccezionali in Italia, e abbastanza presto Mondadori è riuscito a coronare uno dei sogni della sua vita nella conquista degli autori che è stato quello di avere Gabriele d'Annunzio, di cui ha stampato l'Opera Omnia. Mi pare sia stato nel 1927.

MONDADORI — Dal '21 al '26.

DELLA GIOVANNA — Dal '21 al '26. La Casa Editrice si è andata a mano a mano ampliando, e questo stabilimento grafico è diventato quasi una città, e oggi Arnoldo Mondadori stampa trentamila volumi al giorno, qualcosa come una media di un milione di volumi al mese, nelle varie collane, senza contare i giornali settimanali. E stampa anche libri di grande pregio per editori stranieri che oggi si rivolgono a Mondadori per far stampare i loro libri, libri d'arte, libri preziosi; li fanno stampare nelle officine grafiche di Mondadori a Verona; sono libri destinati all'estero.

Ora Arnoldo Mondadori, che è l'ospite di questo incontro, ci dirà qualche cosa e sarà poi interrogato, secondo la consueta tecnica dei nostri incontri, da tre colleghi: Luigi Barzini, Antonio Gambino e Vittorio Gorresio.

Allora, caro Presidente, prima di sottoporsi alle domande, vuole dirci qualche cosa? Soprattutto a noi interesserebbe che ci dicesse qualche cosa sulla crisi del libro; parli anche della sua Casa Editrice, ci farà piacere, ma dica anche qualche cosa della crisi del libro in generale. Io da quando sono nato sento parlare della crisi del libro, tutti ne parlano: esiste o non esiste? Dicono che in Italia non si leggono libri, non si vende. Ci dica qualche cosa su questo.

MONDADORI — Caro Della Giovanna, se per crisi lei intende una flessione nelle vendite, una flessione nella produzione editoriale, le debbo rispondere no; non esiste una crisi del libro, una crisi di produzione ed una crisi di vendita. Se consideriamo un panorama dall'inizio del dopoguerra, per non andare all'infinito, ad oggi, io posso affermare che tutta l'editoria italiana ha sin qui continuato ininterrottamente ad aumentare le proprie vendite. Per darle un'idea ho preso qualche appunto sull'aumento delle vendite (io debbo naturalmente riferirmi alla mia Casa, ma la mia Casa, in proporzioni maggiori o minori, è eguale a tutte le benemerite case editrici dei miei cari colleghi che seguono con la stessa ansia e con lo stesso senso di sacrificio questa nostra attività) per dire a lei e ai telespettatori e agli amici che negli ultimi tre anni abbiamo avuto il 72,60 per cento di aumento nelle vendite.

DELLA GIOVANNA — Scusi, 72,60?

MONDADORI — 72,60 di aumento nelle vendite, il che vuol dire che noi abbiamo quasi duplicato le vendite, quantitativamente, dalla fine della guerra ad oggi.

DELLA GIOVANNA — Presso a poco dal '46 ad oggi.

MONDADORI — Dal '45, '46, '47, ché sono stati anni di preparazione. Se vuole sentire anche la mia impressione, certamente condivisa dai colleghi, c'è da chiedersi: continuerà questa ascesa? Dopo vedremo le ragioni e le cause di questa ascesa: io le posso dire, prendendo lo spunto da tutti gli economisti che si industriano, a giusta ragione, a fare profezie, non so da oggi fino al '70 dove arriveremo;

io ritengo fermamente che da oggi al '70 duplicheremo ancora la vendita dei nostri libri. E perché si abbia un'idea esatta della mole di questa produzione in confronto alle possibilità del mercato, cercherò semplicemente di dimostrare che in Italia, nonostante questo 72,60 per cento di aumento, con le previsioni che facciamo negli anni prossimi, siamo ancora ad un terzo circa delle vendite che fanno paesi vicini a noi, come la piccola Svizzera, la Francia, i paesi del nord europeo. Quindi dirò: consuntivo ottimo, previsioni eccellenti, ma molto cammino ancora dobbiamo compiere, e credo che la faccenda crisi, di cui spesso si parla, si riferisca alla quantità e all'entità dell'assorbimento di libri in Italia in confronto ad altri paesi.

DELLA GIOVANNA — Scusi, Presidente, per chiarire le cifre che lei ha detto, l'aumento del 72 per cento riguarda l'aumento delle vendite dei libri Mondadori?

MONDADORI — Dei libri nostri.

DELLA GIOVANNA — Sa dirci di quanto è aumentata, presso a poco, la vendita dei libri in Italia in totale negli ultimi quindici anni?

MONDADORI — Cifre esatte non le abbiamo...

DELLA GIOVANNA — Presso a poco.

MONDADORI — Non esistono statistiche e non posso nemmeno azzardarmi a dire tanti miliardi: direi cose inesatte. Quello che le posso dire come dato tecnico e dato contabile è che, se vendevamo prima mille, oggi vendiamo 1720 di libri, il che vuol dire che abbiamo quasi duplicato: noi e, ritengo, tutta l'editoria in genere.

DELLA GIOVANNA — Anche le altre case editrici?

MONDADORI — Sì, anche le altre case.

DELLA GIOVANNA — Perché poi sono sorte molte case editrici nuove in questo dopo guerra.

MONDADORI — Il sorgere di altre case potrebbe far pensare che le nostre vendite abbiano subito un calo. Se invece le abbiamo mantenute vuol dire che si conferma la mia asserzione: che cioè l'assorbimento del libro e quindi la diffusione della cultura è in continuo, graduale, costante aumento.

DELLA GIOVANNA — Però siamo ad un terzo delle vendite rispetto ad altri paesi.

MONDADORI — A certi altri paesi.

DELLA GIOVANNA — Quindi si legge meno ancora; in Italia si leggono meno libri che in altri paesi.

Allora, Presidente, possiamo cominciare a passare alle domande?

MONDADORI — Come lei desidera.

DELLA GIOVANNA — Barzini comincia.

BARZINI — Io vorrei chiederle, Presidente, questo: l'editoria moderna è, come lei ci ha detto, e dimostrato con le cifre, un'editoria di massa, cioè dovete raggiungere un certo numero di tirature, un certo livello di tiratura e quindi raggiungere una diffusione nel pubblico, quale non si era mai vista nel nostro paese e in tutto il mondo oggi. Tutto questo deprime e danneggia il mondo della cultura o lo aiuta, il mondo dell'alta cultura, voglio dire, il mercato non di massa, il mercato scelto?

MONDADORI — La risposta, caro Barzini, è molto semplice, perché lei parla di massa di produzione, ma questa massa è suddivisa in una infinità di settori. Quindi abbiamo la produzione popolare, la produzione economica, la produzione di libri d'arte, la produzione di alta narrativa e letteratura, la produzione di poesia, di saggistica e di tutto, adesso non mi dilungo; ma tutto questo vuol dire che noi produciamo interpretando una grande varietà di gusti e di esigenze. Per noi l'importante è che si legga, per avviare tutta la massa futura, sulla quale noi contiamo, ad amare il libro e a seguire la lettura: anche le opere cosiddette « popolari », che si vendono in quantitativi di forti tirature come

lei accenna, sono quelle che preparano i lettori del domani e consentono all'editore, attraverso questa compensazione economica, a fare libri di alto valore culturale e artistico, che non possono contare su molti lettori e i cui margini alle volte non consentono di sostenere la spesa che questo genere di editoria comporta e che ci viene compensata dall'altra. Ecco la ragione per cui si fanno le grandi tirature da un lato e le opere di alto rilievo sia editoriale sia culturale dall'altro.

DELLA GIOVANNA — Gorresio vuol chiedere qualche cosa?

GORRESIO — Mi domandavo questo: se in questo dopoguerra si è notato, se lei ha notato nella sua esperienza di editore, un certo nuovo e diverso orientamento dei gusti del pubblico verso determinati generi di letture, piuttosto che verso altri.

MONDADORI — Cerco di risponderle anche qui affermativamente. Naturalmente la maggior produzione porta sul mercato anche una maggiore varietà di « generi » e di tendenze, a volte profondamente diverse tra loro. In questo dopoguerra ha avuto certamente un aumento, una maggiore attenzione, la produzione letteraria; la narrativa, la poesia, la saggistica continueranno ad avere il loro pubblico, ma il gusto che lei mi accenna è rivolto, in queste nuove generazioni del dopoguerra, verso le opere di divulgazione scientifica e tecnica. Ormai tutti si polarizzano su nozioni diverse da quelle che la tradizionale letteratura fornisce e quindi sono portati a scegliere anche nelle letture qualcosa che li qualifichi rispetto alla società e al mondo del lavoro. La nostra speranza è dunque che si amplii ulteriormente questa produzione di libri di divulgazione. Potrà essere questo il nostro contributo di editori all'avvenire del nostro paese, alla formazione cioè di una base di persone, come accennavo prima, qualificate, tenendo presente che la letteratura in genere continua la sua strada; e infatti le posso affermare che gli autori, anche italiani — limitiamoci per un momento a questo — non hanno mai avuto successi come in questo dopoguerra.

DELLA GIOVANNA — Anche i poeti, mi pare?

MONDADORI — I poeti; ho delle cifre: le posso dire, non so: un Quasimodo che arriva a 60-70 mila copie; voi sapete le tirature di Moravia, sapete le tirature di Tecchi.

BARZINI — Non le sappiamo le tirature di Moravia.

MONDADORI — Non le sapete. Mah, sono centinaia di migliaia. Giacché siamo in argomento di tirature cerchiamo di ricordare questi grandi nomi della narrativa italiana, della parte anche teatrale o altro. Voi sapete che noi pubblichiamo libri nei quali riassumiamo, anzi condensiamo, uniamo parecchi titoli per dare la possibilità al lettore di acquistare a minor prezzo. Io adesso in questa statistica debbo tener presenti le opere singole perché altrimenti non abbiamo più elementi. Sapete che l'Italia ha assorbito del teatro di Pirandello 3 milioni, 603 mila copie a tutt'oggi? Che di Trilussa, di tutte le sue poesie — il maggior successo è venuto dopo la morte — abbiamo venduto 2 milioni e 54 mila copie; Pirandello, novelle, 1 milione e 964 mila; Fogazzaro — io debbo limitarmi alle tirature mie, perché Fogazzaro è nato come autore sotto un'altra sigla, che era Baldini e Castoldi — noi abbiamo fatto di « Piccolo mondo antico » 342 mila copie; si parla del Verga — il Verga che è rimasto semi sconosciuto fino a prima della nuova guerra —: il Verga oggi è uno degli autori più venduti, più richiesti, più letti. Del Verga, di « Mastro Don Gesualdo », abbiamo fatto 104 mila copie; « I Malavoglia » hanno superato le 150 mila copie. E così dicasi di altri autori. Tra i poeti voglio accennare solo ad Ungaretti, uno dei più venduti; e, tra gli autori di produzione un po' varia, ecco un Piovene col suo « Viaggio in Italia » che supera le 50 mila copie e un Pratolini che arriva con « Lo scialo » a oltre 40 mila copie. Questo per dare un'idea sia pure in succinto. Ho dovuto limitarmi agli autori di casa nostra perché credo che queste serie di dati così simpatiche, così soddisfacenti per l'editoria e per la cultura italiana si possono estendere a molte altre case editrici.

DELLA GIOVANNA — E i libri gialli però mi pare battono tutti in fatto di tiratura.

MONDADORI — È un'altra cosa. Quella non è né letteratura, né cultura, quello è svago, io lo chiamo lo champagne che si beve per passare un po' di tempo, ma se vi dicessi che stando alle nostre statistiche i libri gialli vengono letti da persone colte? Vengono letti da persone colte perché è una distensione per loro; questo per noi è un fatto acquisito da tempo e così arriviamo anche con i libri gialli a creare la *pépinière* economica e finanziaria per poter stampare gli altri autori.

DELLA GIOVANNA — Gorresio è soddisfatto della risposta o no?

GORRESIO — Io sono soddisfattissimo perché è andata anche più in là di quella che era la mia pura domanda. Sono molto soddisfatto di sapere, cioè, che l'aumento, la diffusione e la richiesta maggiore di libri, diciamo di divulgazione tecnico-scientifica, non ha frenato quello che è l'aumento delle letture, chiamiamole umanistiche.

DELLA GIOVANNA — Gambino, vuoi fare una domanda tu?

GAMBINO — Il dottor Mondadori ha accennato a Quasimodo e questo mi fa venire in testa un problema: cioè che rapporto esiste fra i premi letterari e la vendita dei libri. Un premio letterario, cioè il Premio Nobel a Quasimodo, ha contribuito molto perché noi sappiamo che in altri paesi, mettiamo in Francia, il fatto di avere il Prix Goncourt, mettiamo, porta un libro, così, da 10 mila a 150 mila copie. Avviene un fenomeno simile anche in Italia?

MONDADORI — Dunque guardi, Gambino, in Italia no, non c'è questa tradizione dei francesi, perché quando un libro ha ottenuto un premio... un premio Viareggio può avere le 10, le 15, le 20 mila copie. I premi sono tanti in Italia, troppi, ma d'altro canto noi editori non abbiamo alcuna ragione per dire che debbono essere diminuiti. Io vorrei rispondere qui direttamente alla sua domanda quando mi chiede: Quasimodo col Premio Nobel ha aumentato il numero dei suoi lettori? Allora le rispondo: Quasimodo è sempre stato un autore di molta vendita perché ha sempre avuto un gran pubblico, come l'ha Ungaretti, come l'aveva Cardarelli, come l'ha Montale, come l'hanno altri poeti, perché se io qui, il tempo stringe, dovessi fare una illustrazione dell'accoglienza e delle vendite dei libri di poesia, ne restereste stupefatti. Ritornando ancora a Quasimodo le dico che il Premio Nobel ha dato una spinta di circa, *à peu près*, il 50 per cento di vendite maggiori di quelle di prima.

GAMBINO — Quindi è un fenomeno molto differente da quello francese, diciamo.

MONDADORI — Molto, non esiste...

GAMBINO — Certo in Francia il fenomeno è di quattro volte.

MONDADORI — Non esiste, non esiste una situazione come la francese, perché là non è solamente una tradizione di cultura, l'avvenimento letterario è altro, è la moda, è la necessità di dire: « Il Premio tale dobbiamo averlo in casa ». Le assicuro che molti non lo leggeranno subito il libro che comprano, lo leggeranno successivamente, ma da noi questo fenomeno non esiste.

DELLA GIOVANNA — Insomma ci potrebbe essere uno snobismo che aiuterebbe in ogni caso la vendita del libro.

Allora passiamo a Barzini che...

BARZINI — Presidente, una gran parte dei libri che vedo in vendita nelle librerie, tra le quali anche le tue, in Italia sono tradotti da lingue straniere; la più gran parte, direi, tradotti dall'inglese, e sono ammirato, qualche volta, della perfezione di queste traduzioni. Molto spesso invece le traduzioni sembrano fatte così, a casaccio, da qualcuno che aveva sentito dire, aveva appreso da terze persone qualche parola della lingua originale. Recentemente, per esempio, ho letto in un libro, non dico se edito da Mondadori, in cui un direttore di giornale americano si congedava da un suo redattore che partiva per l'Europa e diceva: « Aspetti un momento, le faccio conoscere un editore straniero ». Editore straniero è la traduzione letterale delle parole *foreign editor*, che vogliono dire « il capo dei servizi

esteri del giornale ». Tradotto « un editore straniero » io mi aspettavo di vedere arrivare te, per esempio, nelle pagine di quel romanzo: un editore straniero è Mondadori.

MONDADORI — È un'altra cosa ...

BARZINI — Ora io penso che questo problema delle traduzioni, che siano fatte bene, che siano fatte da persone che conoscono sia la lingua di origine che la lingua in cui devono tradurre, sia un problema dei più cospicui data la grande percentuale di libri tradotti. È un problema di cui voi vi rendete conto in questo momento?

MONDADORI — Ma, io dovrei risponderti: non da questo momento, da cinquant'anni, perché noi abbiamo cercato di allevare, se si può dir questa parola, dei traduttori che son sempre quelli e che arrivano alle volte ad apprendere anche il gergo degli autori, perché se tu traduci un Faulkner è una cosa diversa da Hemingway, per limitarmi ai grandi nomi. Quindi bisogna trovare anche dei traduttori che capiscano e che interpretino ...

BARZINI — ... la sfumatura ...

MONDADORI — ... la sfumatura di questo e di quello e che soprattutto conoscano l'italiano perché l'importante è che il traduttore prima di sapere la lingua che traduce deve sapere bene l'italiano. Che i traduttori siano tutti perfetti non lo posso dire. Mi auguro però che si possa arrivare ad una selezione sempre più severa perché è inutile tradurre un libro se non si dà al lettore o non si rispecchia fedelmente tutto quello che è il contenuto anche spirituale, dirò quasi, dell'autore straniero.

BARZINI — Ma appunto nel caso dell'alta letteratura e degli autori di cui tu parlavi, le traduzioni sono quasi sempre ottime. Ci può essere una sfumatura, un piccolo errore di dettaglio...

DELLA GIOVANNA — Mi pare che Gambino voglia intervenire.

GAMBINO — Sì, a me sembra che il problema sia realmente un problema abbastanza complesso perché innanzi tutto questi errori sono molti e notevoli; Barzini ne ha citato uno, se ne potrebbero citare molti altri. Tanto per dirne uno, tempo fa mi è capitato di leggere una traduzione in cui si accennava ad un attore e si diceva che questo attore era un prosciutto. Questa era traduzione letterale della parola *bam* che significa un giggione, cioè sono due cose e due concetti assolutamente differenti dire che un attore è un prosciutto o un giggione. Evidentemente è uno che non conosce il gergo del cinema e allora non dovrebbe tradurre cose di cinema.

MONDADORI — Mi dolgo anche dell'editore che l'ha pubblicato...

GAMBINO — Dico, è inutile fare il nome dell'editore; comunque sia il problema non è quindi soltanto quello di conoscere l'italiano ma anche la lingua che si traduce e questo è un problema, secondo me, in alcuni casi molto, molto grave perché si hanno opere scientifiche nelle quali si hanno errori.

Voi pensate che una maggiore organizzazione da parte degli stessi traduttori potrebbe essere utile, cioè un sindacato dei traduttori?

MONDADORI — Guardi, per tutto ciò che porta alla perfezione delle cose chiunque deve essere favorevole: favorevole all'albo dei traduttori; favorevole a migliorare tutto questo; ma guardi che ogni casa editrice poi ha le sue esigenze; ha i suoi autori che sono diversi; bisogna che le case editrici facciano uno sforzo massimo per acquisire traduttori sempre più perfetti, più rispondenti a questo duplice scopo: sapere la lingua, conoscere, chiamiamole, le direttive dell'autore, e che sappiano tradurre bene. Ma noi editori non abbiamo non solo nessuna difficoltà ad accogliere questo principio, ma ben venga se questo ci porterà dei traduttori migliori. Questa è la mia risposta.

GAMBINO — Sì, il problema ha anche un altro aspetto: un sindacato dei traduttori significa gente più cosciente dei propri diritti e quindi che pretendono dei compensi maggiori. Spesso, non ci riferiamo

a dei casi particolari, vengono presi dei traduttori che si accontentano di compensi molto bassi. Poi, c'è tutto quanto il sistema dei negri, come lei sa, cioè di quelli che danno in appalto le traduzioni ad altri. Quindi è un problema che presenta un aspetto economico e che a voi potrebbe portare, almeno in alcuni casi, una contropartita di una maggiore spesa.

MONDADORI — Guardi, io aderisco senz'altro a questo concetto, ripeto, dell'albo dei traduttori. Ma, il pensare — e qui purtroppo io debbo rispondere solo come Casa Mondadori — a negri, a dei pagamenti ridotti ecc., lo escludo perché i pagamenti di traduzione, e non voglio adesso riferirmi né all'uno né all'altro caso, arrivano a qualche milione di lire per un libro che meriti di essere pagato tanto. Quindi le grandi case, e fra le grandi case cito tutte le otto-dieci maggiori case editrici d'Italia...

DELLA GIOVANNA — Il problema che poneva Gambino mi pare che fosse differente, perché Barzini ha detto che effettivamente ci sono delle traduzioni ottime, ed io suppongo che queste traduzioni ottime di capolavori della letteratura straniera siano pagate anche milioni al traduttore. Quello che intendeva Gambino era creare un accordo fra i traduttori, un albo dei traduttori che dia un prodotto decente, compensato bene anche per quei libri che non hanno come autore un Faulkner o un Hemingway: direi anche un libro giallo.

MONDADORI — Nel libro giallo qualche volta di questi errori se ne trovano, ed allora ... *pollice verso* per il traduttore...

Però io auspico che questo albo si faccia e che si arrivi anche a questo rispetto del lavoro del traduttore che rimane parte integrante del valore di un'opera quando è tradotta in ogni paese e quando è tradotta specificatamente in Italia.

GORRESIO — Allora possiamo tornare su un piano più generale. Vorrei la sua opinione, Presidente! Lei ha un'esperienza che comprende quasi tutto l'arco della editoria, perché lei pubblica libri, settimanali, non quotidiani, ma anche quella che è la stampa periodica è parte costante del suo lavoro; e poi anche una parola per la Televisione. La domanda è questa: noi siamo oggi ad un aumento della produzione libraria, della vendita del libro. Non credo che siamo ad un aumento parallelo della stampa periodica e della stampa quotidiana. Mi domando se inserendo in questo quadro la Televisione, lei ha l'impressione che la Televisione giovi o danneggi la diffusione del libro, giovi o danneggi la diffusione dei periodici.

DELLA GIOVANNA — Dica pure semplicemente quello che pensa.

MONDADORI — Non ho nessuna difficoltà perché credo, almeno da un punto di vista mio, di vederci abbastanza chiaro.

Lei dice: il libro è in aumento. Esatto! E noi pensiamo che continui ad aumentare. Lei parla di periodici. Dovrei dire qui — è un dato tecnico ed economico — che sono troppi: c'è un po' d'inflazione. L'Italia è uno dei paesi dove c'è maggior numero di testate di periodici. Non può quindi continuare ad aversi questo sviluppo enorme che si è avuto nel dopoguerra.

GORRESIO — I periodici sono già arrivati ad un punto di saturazione.

MONDADORI — Sono arrivati ad un *plafond* oggi. Ma si arriverà ad una maggiore diffusione attraverso una selezione e dopo aver compreso quali sono i gusti e le necessità del pubblico. E le spiego (li colleghiamo poi ai quotidiani); se i settimanali ripetono tutti i fatti di cronaca che avvengono nella settimana, e li ripetono in una visuale anche diversa e fotografica o altro, è un po' la ripetizione di quello (qui accenno alla TV, ché la TV ... fracassa tutto) che, ogni sera, quella è in condizione di dire; brucia quello che viceversa noi dovremmo pubblicare alla domenica, o alla fine della settimana. Poi ci sono i quotidiani. Ora, i quotidiani del pomeriggio sono stati spinti, per necessità, per non ridurre le loro tirature, ad affrontare tutti questi problemi anche da un punto di vista fotografico;

noi vediamo anche tutti i quotidiani. E quindi anche quelli bruciano parte del materiale per i periodici. Allora, quali provvedimenti si devono prendere per i periodici? Io direi con una parola un po' astratta: invece di periodici di informazione cronistica, di attualità, politica od altro, dei periodici d'informazione. Spostarci un po', vedere di dare cose più interessanti, cose che gli altri non possono dare. E allora io posso affermare che, mentre non c'è un aumento globale di queste tirature, vi sono molti periodici invece che tendono a salire o a mantenere il loro posto. Così, io contesto che i quotidiani siano in diminuzione; abbiamo esempi di quotidiani che hanno raggiunto cifre superiori a quelle degli inizi della guerra; altri che le hanno mantenute. La questione dei quotidiani va anch'essa legata alla Televisione; oggi che la Televisione ha sviluppato le sue rubriche, i suoi servizi (vedi la Tribuna politica od altro), il pubblico accentra maggiormente la sua attenzione su questi avvenimenti.

Ma questo, secondo me, secondo l'esperienza e soprattutto basandosi sugli altri paesi, è un periodo che potrà durare fino a quando (non lo so) ritroveremo l'equilibrio: la TV svolgerà la sua funzione, i quotidiani la loro funzione, i periodici, rinnovandosi, avranno la loro.

Ma io vorrei rispondere per i libri. Lei mi ha chiesto dei libri. Io ritengo che la TV sia la più forte alleata per la diffusione del libro. Basta che la TV ne parli, basta che la TV richiami l'attenzione dei telespettatori su quella che è la produzione, chiamiamola culturale, intellettuale ecc. Secondo me editore, attraverso la mia esperienza, tenendo poi presente quali sono i telespettatori (perché noi dobbiamo tener presente questo: se sono 10 milioni, noi avremo una quantità minima di telespettatori già qualificati che conoscono il libro e che possono dare dei giudizi; la grande massa non sa niente), i servizi della TV non dovranno mai essere servizi di critica, di analisi della qualità di un libro, perché allora interessa solamente quella piccola *élite*; dovranno rappresentare condensati semplici dei libri che la TV ritiene di presentare e far sì che questo susciti l'interesse del lettore.

Se la TV, valendosi dell'esperienza fatta, si occuperà più spesso di libri, dandone — ripeto — un condensato il più possibile aderente al contenuto e allo spirito stesso del libro, il telespettatore sarà posto in condizione di giudicare. La critica, almeno per ora, non è adatta a questa sede pur riconoscendo che esistono rubriche in cui è fatta molto bene; ma allora interessa un numero troppo limitato di persone, cioè il numero limitato dei telespettatori qualificati.

BARZINI — Ma c'è un'altra ragione per cui la TV incoraggia la vendita dei libri. È che, avendo in casa questo piccolo apparecchio, molte persone che negli anni passati uscivano a fare quattro passi finiscono col restare a casa. Prendono l'abitudine di stare a casa, e siccome i programmi non sono sempre buoni finiscono col leggere un libro.

MONDADORI — Non interessa.

DELLA GIOVANNA — Forse bisognerebbe un po' difendere quella che è la massa dei telespettatori, penso. Perché effettivamente oggi, per quanto ne sappiamo, quella che lei ha chiamato una *élite* è piuttosto vasta. Nella massa dei telespettatori c'è una forte curiosità anche per un giudizio critico, non solo degli avvenimenti ma anche dei libri.

C'è stata una evoluzione; la stessa vendita dei libri ha portato una evoluzione in Italia. La massa dei telespettatori oggi è a un livello più elevato e quindi apprezza anche la critica.

MONDADORI — Non è che io neghi la critica; il mio, adesso, è un accenno, da uomo della strada, pratico; in questo modo noi siamo certi che la TV susciterà maggiore interesse.

GORRESIO — Quindi potrà determinare un altro dei miracoli italiani, cioè indurre gli italiani a leggere, perché lei stesso diceva che siamo ancora, nonostante lo sviluppo del libro in questi anni, molto al di sotto dell'indice di lettura europeo.

MONDADORI — Mi pare di avere risposto alle vostre domande. Vorrei anche polarizzare la vostra attenzione, e quindi quella dei telespettatori, su un'altra domanda che non mi avete fatto: la cultura italiana, quindi le edizioni, vengono diffuse all'estero? Viene conosciuta la cultura italiana nel mondo? Ed ecco che allora, molto succintamente, se abbiamo il tempo ...

DELLA GIOVANNA — Sì, sì, prego.

MONDADORI — Io cercherò di riassumere in due quadri questa situazione. La vendita all'estero dei libri in lingua italiana va man mano rarefacendosi e direi quasi scomparendo, perché? Perché, se le vecchie generazioni parlavano ancora l'italiano (parlo di grandi paesi, come gli Stati Uniti, l'Argentina e altri ancora), le nuove generazioni parlano ormai le lingue locali. Però, vicino a questi, c'è tutta una nuova categoria di pubblico di altri paesi che, per lo spostamento continuo, turistico o d'affari o d'altro, o militare, può avere una conoscenza della lingua; e quindi non bisogna abbandonarsi alla pessimistica considerazione che oggi non si riesce ad esportare il libro in lingua italiana. Bisogna perseverare perché potremmo trovare altri lettori. Cosa fanno gli altri paesi? Hanno istituito veri corsi nelle scuole, nelle università, in America, soprattutto in America. Noi corsi di lingua italiana ne abbiamo pochissimi. Ora io penso da cittadino, da contribuente, che non si possa chiedere allo Stato, al Governo, di creare corsi di lingua italiana in altri paesi; pensiamo prima a mettere a posto le nostre scuole in Italia, poi penseremo anche a quello.

Io ero ultimamente in California e mi dicevano che là gli italiani stanno ormai scomparendo e quindi bisogna che noi ci prepariamo come editori a trovare altri mezzi e altre forme per arrivarci. Voglio premettere che l'editoria non deve chiedere nulla allo Stato. È un'industria, sarà un'industria nobilissima, difficilissima, piena di pericoli e di alea, perché quando si pubblica un libro noi non sappiamo se potrà andare o non andare; ma si deve avere l'onestà di provvedere con i propri mezzi. L'unico ostacolo che io trovo alla vendita del libro all'estero è che quando si va a cercare un libro di Pirandello in una libreria nemmeno centrale a New York si trova che il prezzo è duplicato, è duplicato il prezzo di copertina. Ora tutto questo fa sì che non viene comperato. E perché è duplicato? Per le troppe, enormi spese di trasporto. Anche questa è una cosa che mettendosi al tavolo si può risolvere con niente. Noi abbiamo navi che solcano i mari, abbiamo aerei che solcano lo spazio, hanno certamente disponibilità di tonnellaggio, basterebbe mettersi d'accordo con queste compagnie. Naturalmente qui occorre, perché sono tutte compagnie sovvenzionate, una cordiale, la chiamo, pressione o indirizzo da parte del Governo perché faccia sì, non nell'interesse degli editori, non nell'interesse dei commercianti del libro, che il lettore di New York, di San Francisco, di Los Angeles, possa disporre del libro allo stesso prezzo che in Italia, e quindi, se lo si facilita nei mezzi di trasporto, sia obbligato a fornirlo.

Noi, in materia di diffusione del libro, non dobbiamo dimenticare invece quelle che sono le traduzioni delle opere nostre.

Ora, le traduzioni delle opere nostre sono molte, forse superiori a quanto voi vi aspettate. Guardiamo a noi, perché io non posso avere che l'elenco della Mondadori; ripeto ancora quello che ho affermato prima: in proporzione vale per tutti, per i buoni editori che hanno buoni autori da esportare. Noi in quattro anni abbiamo ceduto 360 opere da tradurre in tutto il mondo. Non è poco.

Direi che potremmo fare molto di più, specialmente nel mercato americano e di riflesso in quello inglese se non ci fosse un handicap: la traduzione. E allora mi riferisco a Gambino: si vede che là vogliono traduttori molto bravi. Chiedono cifre tali per tradurre che l'editore ci pensa due volte, perché il giorno che il libro non avesse l'esito che può avere, la spesa della traduzione è così

ingente che rappresenta immediatamente una perdita netta. Io mi son trovato con qualche opera, naturalmente non faccio nomi, che è stata acquistata da un editore americano, il quale quando ha visto la spesa per la traduzione ha preferito perdere l'anticipo che aveva dato piuttosto che correre questa alea.

DELLA GIOVANNA — C'è Gambino che vorrebbe intervenire.

GAMBINO — Sì, perché lei poco fa ha accennato al problema del prezzo. La nostra conversazione si è svolta in maniera tale che non avevamo toccato questo punto, che invece a me sembra molto importante.

Lei dice che in Italia si vende poco, si vende molto di più di prima, ma meno di quanto si venda negli altri paesi. Ma i libri italiani sono infinitamente più cari di quelli degli altri paesi. Io spesso leggo dei libri in italiano e in inglese. Mi faccio venire la copia in inglese dall'America, costa da 3,95 a 4,95, dollari, cioè un 2.200; in Italia, lo stesso libro spunta fuori a 3.000-3.500, cioè più che in America.

DELLA GIOVANNA — Anche 5 mila.

GAMBINO — Anche cinquemila. Poi ci sono dei libri sui quali addirittura si perde ogni senso di proporzione. Per esempio, tempo fa ho comprato un libro di Spengler, è inutile dire di chi era e di chi non era, l'ho pagato 7 mila lire, 6.500 lire. Va bene, era stampato in carta riso, bellissimo, ma questo è veramente... per un libro che interessa per un certo problema culturale, a prescindere dal valore di Spengler che può essere reputato grande o piccolo.

Si possono fare queste edizioni ammesso che ci siano anche edizioni economiche, ma che per comprare certi libri bisogna spendere 3.500 lire o 4 mila lire, a me sembra un vero handicap alla cultura.

MONDADORI — Le rispondo subito. Debbo contestare quello che lei afferma, se mi riferisco alla grande produzione della narrativa: i prezzi sono inferiori. E sono inferiori perché noi sentiamo che il mercato non li può sostenere. Opere specializzate, lei me ne ha accennata una e noi aggiungiamo a quella tante altre opere specializzate, non possono mantenersi alle volte (io non ne faccio, ma se ne facessi farei mie queste considerazioni); le tirature sono molto limitate in Italia. Quando lei parla di una opera così: in America 3 dollari e 95, quattro per sei, 2.500 lire; fanno 30 mila copie, 20 mila copie, perché hanno le biblioteche, hanno un pubblico maggiore, hanno un assorbimento maggiore. Quando l'editore italiano, capovolgiamo il discorso fatto prima con gli editori americani, deve produrre, stampare, sa che il mercato assorbirà duemila copie, giocoforza deve mettere quel prezzo, altrimenti non riesce a quadrare i propri conti. Questa è una delle ragioni. Ma guardi che questi prezzi, insisto, sono tutti per opere di specializzazione.

DELLA GIOVANNA — Ma Gambino diceva: il pubblico non assorbe perché queste vendite sono limitate in Italia. Gambino mi pare che volesse dire: se il libro invece di costare quattromila lire, costasse 1.500, non ne vendereste di più?

MONDADORI — Le spiego subito. Può darsi che sia il caso di qualche libro.

Adesso mi riporterò su un altro argomento se ancora abbiamo il tempo. Poco penso, eh?

DELLA GIOVANNA — Abbiamo ancora qualche minuto.

MONDADORI — Se si tratta di un libro che può interessare un maggior numero di lettori, si capisce che l'editore intelligente dice: non ne faccio duemila, se ha la certezza, la presunzione di venderne cinquemila. Vuol dire che se si limita a duemila; farà bene, farà male, l'indovinerà, non l'indovinerà, limita a duemila. È un fattore squisitamente economico.

Ma qui, Gambino, le voglio dare, già che ho il tempo, una informazione, una notizia che è di estremo interesse.

Si riferisce al discorso delle traduzioni, che io chiamerò adesso delle coedizioni; cosa è successo? Si tratta di uno studio di questi ultimi anni, che anch'io personalmente ho fatto, l'ho fatto in America, l'ho fatto in Inghilterra, l'ho fatto in altri paesi. Le edizioni, non di narrativa semplice e quindi di solo testo, ma le pubblicazioni o tecniche o scientifiche o d'arte o d'altro genere purché siano illustrate od altro, fanno sì che i costi vanno man mano elevandosi e in tutti i paesi aumentano i prezzi di vendita. È stato un po' un uovo di Colombo, perché già la cinematografia prima ci aveva dato l'esempio: perché non tentiamo di fare coedizioni con questi editori? Noi ci siamo trovati a New York, a Los Angeles, a Verona ultimamente per studiare questo problema. Il problema come viene impostato? Ogni editore ha la sua idea. Io faccio un'opera d'arte, io faccio una enciclopedia delle scienze, io faccio X; se il costo della preparazione, delle tavole, dei disegni, di tutto il materiale iconografico, mi mettono in condizione che il libro costando 5 lo debbo vendere a 10, so che il mio mercato è limitato. Se io potessi invece venderlo a 5 invece di 10, io avrei certamente il doppio, il triplo di vendite.

Ora noi abbiamo fatto questi accordi che sono già in funzione e che avranno enormi sviluppi avvenire ai fini anche della nostra produzione, perché molte volte siamo noi che abbiamo queste idee di creare e ne stiamo creando parecchie. Molte volte sono gli altri editori. E allora, fondiamo questi sforzi; e le posso dire che in questi ultimi due anni sono uscite decine di opere con milioni di volumi a prezzi di vendita che nessuno si è mai immaginato. Io ho pubblicato in questi giorni, e non voglio dire né titolo né altro che mi verrebbe proibito, e ho il buon gusto di non farlo, delle opere a prezzi che se fosse stata fatta l'edizione solo italiana saremmo stati nell'impossibilità di farlo. Cosa sarà questa coproduzione? Questa coproduzione sarà una delle cose più interessanti del prossimo domani dell'editoria italiana e di riflesso di tutte le editorie internazionali. Noi, come gruppo nostro, nel '61, superiamo i due milioni di volumi, che abbiamo spedito nel mondo in sette, otto lingue diverse. Allora, cosa succede: che tutte le opere che noi vogliamo esportare, riusciremo automaticamente ad esportarle prima ancora di stamparle per questi accordi che andiamo facendo.

DELLA GIOVANNA — Presidente, qui siamo proprio alla fine della trasmissione, però mi è venuto in mente di farle una domanda e penso che soddisferà la curiosità di molti telespettatori: « Chi è che sceglie i libri che un editore pubblica? ».

MONDADORI — Non l'editore. Perché se l'editore, compresi i libri gialli, non lo so adesso con esattezza, pubblica 400 opere all'anno, voi capite che è una cosa impossibile. L'editore deve ringraziare il buon Dio se trova il tempo di leggerne 10, 12, 15, 20 in un anno. Ora una casa editrice, grande, media, piccola, purché sia ben organizzata ed inquadrata, ha i suoi consulenti, i quali consulenti sono in genere dei letterati, dei critici, i quali leggono i libri, che ci vengono offerti o che noi chiediamo alla produzione straniera. Si possono distinguere due grandi settori. Tutta la produzione di autori arrivati, sia essa eccellente o mediocre, è inutile discuterla, si traduce, poi si vedrà dalla traduzione che cos'è. Per tutte le opere nuove, non solo straniere ma anche italiane e soprattutto di autori italiani, ci sono i nostri consulenti. Questi consulenti sono in genere specializzati, perché uno conosce a fondo la letteratura americana, uno l'inglese, uno la francese, la tedesca, la finnica, abbiamo la russa, abbiamo adesso gli specialisti per la giapponese e fanno un riassunto dell'opera, danno il loro giudizio e dicono: per me questo interessa, non interessa. Cosa fa l'editore? Non si accontenta di quel consulente; per solito si chiede a tre, in modo da vedere anche le differenze. L'editore poi si trova spesso col consulente numero uno che dice che è un'opera eccellente; consulente numero due che solleva un mucchio di obiezioni; il consulente numero tre che

nega il valore dell'opera. Ed ecco che subentra il sesto, il settimo senso. Non lo so. Se lei mi domanda come io ho fatto l'editore, non lo so. Vado per intuizione. Per solito decido, ma oggi ho collaboratori di valore che si sostituiscono man mano a me. Quando noi vediamo che, anche se il consulente dice di no, nel libro c'è qualche cosa che può interessare il nostro pubblico, diamo il sì, via e si stampa. E le dico che quasi tutte le volte abbiamo avuto ragione.

DELLA GIOVANNA — Lei dice che non lo sa, ed io per chiudere le racconterò come fa Arnoldo Mondadori per decidere se pubblicare o no un libro.

Non si spaventi. È una storia di molti anni fa.

Un giorno si è presentata da lei una signora, la signora Lavinia Mazzucchetti, che le ha proposto di stampare un libro di Stefan Zweig.

MONDADORI — Molti anni fa.

DELLA GIOVANNA — Molti anni fa è vero. E lei ha guardato questo libro e ha detto alla signora Mazzucchetti: come mai lei viene a presentare questo libro a me? Ed allora la signora Mazzucchetti molto lealmente le ha detto: guardi, io ho presentato questo libro ad altri editori che lo hanno rifiutato. Ed allora lei ha detto: di che cosa si tratta? E ha guardato questo libro che era in tedesco. Mi pare che lei non lo sappia il tedesco?

MONDADORI — Non so nessuna lingua.

DELLA GIOVANNA — E le ha dato questo libro che era di Stefan Zweig, credo che fosse la « Maria Antonietta ».

MONDADORI — Sì.

DELLA GIOVANNA — L'ha guardato, l'ha guardato e la signora Mazzucchetti si domandava: chi sa che cosa guarda in questo libro. Era scritto in tedesco. Lei l'ha guardato così attentamente, poi ha detto: ma questo Stefan Zweig chi è? La signora Mazzucchetti le ha detto qualche cosa; dice: ma ha anche degli altri libri? La signora Mazzucchetti le ha detto sì. Allora lei ha continuato a guardare questo libro, sembrava che lo pesasse, poi a un certo momento le ha detto: guardi, io le faccio il contratto di stampare questo libro se lei mi fa ottenere l'opzione su tutte le opere di Stefan Zweig.

MONDADORI — Era un atto di previdenza, se l'opera andava mi accaparravo le altre, se l'opera non andava...

DELLA GIOVANNA — Questo era forse il suo sesto senso che ha portato a fare di lei un grande editore e io la ringrazio. E grazie per quello che ci ha detto.

INCONTRO CON BO

DELLA GIOVANNA — Oggi ho chiesto a mio figlio minore: « Mi sai dire chi è Bo? ». Mio figlio ha risposto: « Bo è la sigla di Bologna per le automobili ». Ho detto: « No, io non ti ho chiesto che cosa è Bo, ti ho chiesto: chi è Bo ». Allora il bambino è stato un po' a pensare e, siccome vive in casa di un giornalista e sente parlare di politica, mi ha detto: « Bo! Bo è un Ministro ». « Eh, dico, andiamo già bene ».

Io non ero stato molto leale nel porre la domanda, perché avrei dovuto chiedergli se sapeva chi è Carlo Bo; perché c'è Giorgio Bo, Ministro delle Partecipazioni statali, senatore per la Liguria e c'è Carlo Bo, che, fra l'altro, è suo cugino, il quale è professore ed è il nostro ospite di questa sera.