

Appunti

di Federico Novaro

La Eelle edizioni (Gruppo Mondadori), che raccoglie il marchio omonimo, Einaudi "Ragazzi" e Emme Edizioni, ha negli ultimi anni ripubblicato molti titoli di Gianni Rodari (più di venti nel 2009, ora anche alimentati dall'acquisizione del fondo rodariano da Editori Riuniti), fornendoli di nuove illustrazioni, nuove vesti, per un'operazione di svecchiamento. Recentemente, in parallelo forse involontario con le edizioni Corraini, che nell'ambito della riedizione dei lavori di Bruno Munari ha ripubblicato per esempio la serie dei Cappuccetto (Giallo, Verde, Bianco) nelle vesti gloriose della collana einaudiana "Tanti Bambini", torna al passato, ovvero all'apice dell'editoria per bambini, dell'innovazione grafica, e dell'invenzione editoriale degli anni sessanta e settanta, pubblicando, in copie simili all'originale, molti lavori di Rodari con le illustrazioni originali, di Munari ma non solo. Per Natale, sotto il marchio Einaudi "Ragazzi", riordina i titoli di Rodari in una collana a lui dedicata: "La biblioteca di Gianni Rodari" che apre con *I Libri della fantasia*, volume in brossura (pp. 864, € 24) che raccoglie sei titoli, fra i quali il celeberrimo *Il pianeta degli alberi di Natale*, illustrati da Munari appunto.

Ha qualcosa di sinistro la nuova iniziativa editoriale di Giunti (secondo editore per ragazzi dopo Mondadori, con una quota di mercato del 17,5 per cento, e quarto gruppo editoriale italiano, 5,8 per cento sul totale) rivolta al pubblico degli *adult youngs*: "Y" è "un nuovo contenitore editoriale"; Meticcione33 sul forum

"Pensieri Tatuati", lascia il 9 ottobre scorso questo messaggio: "Lavoro per la casa editrice Giunti (...) siamo alla ricerca di ragazze o ragazzi interessati alla lettura e che scrivano parecchio in rete per farli collaborare con noi. Tutto quello che devono fare è diffondere la notizia dell'uscita del libro, creare aspettativa e curiosità intorno ad esso, e come compenso, se avranno fatto un buon lavoro, riceveranno il libro stesso a casa, gratis ed in anteprima, ossia prima della sua uscita in libreria". Marketing virtuale, tutto, come si ribadisce nel forum annidato nel sito di "Y", alla luce del sole, eppure la grafica rigida, la potenza di fuoco, la pluralità dei fronti (li-

bri, dvd, gadget, e "tattoo"), l'insistita retorica delle emozioni forti, dell'audacia dei sentimenti, i colori cupi, il pacchianissimo serpente come logo, contribuiscono a evidenziarne la natura di macchina da guerra alla conquista del target, sarà interessante vedere in quale misura efficace. Prima uscita: *Speak. Le parole non dette* di Laurie Halse Anderson (ed. orig. 1999), allegato all'omonimo film di Jessica Sharzer (Stati Uniti, 2004; la protagonista del film è Kristen Stewart, anche protagonista di *Twilight*).

Sempre in casa Giunti (per il 50 per cento, in partnership con il direttore Andrea Berrini) esordisce "Metropoli d'Asia". L'esplorazione delle letterature delle altre nazioni è un filone ampio, lungo il quale si può leggere un interessante autoritratto del paese nei suoi rapporti con il mondo. Ora sempre più (e l'esperienza di Eleuthera è un punto di riferimento stabile) molte case editrici non generaliste trovano proprio nei confini dati da una terra d'elezione la loro ragion d'essere, sia questa piccolissima e vicina (vedi *Liaison*, radicata sulle pendici del Monte Bianco), europea (vedi l'egregio lavoro di Zandonai, dedicata all'Europa balcanica e mitteleuropea, o alla Spagna di Gran vía), o con un occhio attento alle voci migranti, e alle letterature "d'oltremare", categoria sulla quale "L'Indice" ha aperto una riflessione (cfr. *L'Indice*, 2009, n. 10). "Metropoli d'Asia" si propone di "scoprire, tradurre e proporre a un vasto pubblico narratori contemporanei asiatici che propongono temi e scritture innovativi", individuando nell'Asia, e nelle sue metropoli, il nuovo mondo da conoscere, laddove i cambiamenti in atto, di equilibri economici, di peso politico e culturale, ne mutano natura e percezione. Il programma, di per sé innovativo per l'ambito, amplia la funzione della casa editrice "esplorando possibili forme di cooperazione in loco, (...) con gli scrittori, le agenzie, le riviste e i circuiti letterari (...) costruendo delle partnership nei paesi asiatici, che ci consentano di fare nostro il punto di vista di chi ci vive". I libri si presentano con una grafica pulita e non innovativa, grande immagine quadrata a occupare i due terzi in alto della copertina, cui è sovrapposta, rossa bordata in giallo e dai contorni stondati, una sorta di etichetta con titolo e autore. Primi titoli: *Come un diamante nel cielo* di Shazia Omar e *Ravan & Eddie* di Kiran Nagarkar.

