

Quotidiano fondato da Antonio Gramsci il 12 febbraio 1924

L'Unità

Facciamo crescere la letteratura per ragazzi

INFANZIA & MEDIA La grande stampa sembra non amare la produzione editoriale per i più piccoli, «invisibili» sui quotidiani italiani. Una petizione chiede ai direttori di ripensare l'informazione

di Emanuela Trinci

Vittima forse incurabile di un terribile lascio crociano e sulla scia di un altrettanto arroccato Gentile - capace di sostenere che la «vera arte e la vera cultura» non fossero roba per bambini - la letteratura per ragazzi, la «grande esclusa», si ritrova ancora oggi ad essere solo un fanalino di coda nelle pagine culturali, un argomento che fa notizia, utile per suggerire regali, solo in prossimità del Natale o delle prime Comunioni!

Eppure, si dice, il pubblico esiste e il mercato non è irrilevante. Ma probabilmente la mancanza cronica di attenzione al mondo della narrativa per bambini altro non è che il riflesso di una più grave mancanza di attenzione al mondo dell'infanzia. È la cultura dell'infanzia, soprattutto in Italia, a essere ancora all'anno zero, considerata un'appendice al diminutivo di quella cultura alta che riguarda gli adulti, ha sostenuto Sonja Riva, giornalista della Radio Televisione Svizzera e moderatrice della tavola rotonda che al congresso *Visibile, invisibile - letteratura per ragazzi e parole quotidiane* (giornate dedicate all'editoria e alle librerie per ragazzi, organizzato da Associazione librerie indipendenti per ragazzi, Associazione Minimoni di Parma, Associazione Librai Italiani, Comuni di Pitigliano e di Sorano) ha visto presenti giornalisti e collaboratori di importanti testate, dal *Corriere della sera*, al *Sole 24 ore*, a *L'Unità*, *Il Messaggero*, *Il mattino*, *L'Avvenire*, *L'Ansa*, e ancora *Fahrenheit* (Radio 3), sino alle riviste specializzate *Andersen* e *Pope verde*, ai settimanali *Giola* e *Panorama*, al sito www.editoriaragazzi.com, tutti garbatamente invitati a dare ragione della mancanza di «visibilità» della letteratura per i ragazzi sui media.

I giornali e i media in genere, ha subito sostenuto l'agguerrito e vulcanico pubblico di librai e editori intervenuti (con una presenza quasi assoluta di «quote rosa» con le editor di Babilibri, Carthusia, Corraini, Lapis, Mondadori, Orecchio Acerbo, Rizzoli, San Paolo, Sinno, Topitтори, e le librerie delle 48 librerie «indi-

Secondo una indagine è tutto il mondo infantile a essere marginale

pendenti»: dalla storica Fiacadori di Parma alla vitalissima Giannino Stoppani di Bologna, a Tempolibro di Catania, all'Ottimomassimo Roma, eccetera), piegano l'infanzia alle esigenze di un'informazione spettacolarizzata, drammatizzata e allarmistica.

E non si pensi a un luogo comune. Dal rapporto annuale dell'Istituto degli Innocenti di Firenze su «bambini e stampa» arriva subito la conferma: le notizie raccontano l'infanzia secondo la categoria del rischio, della problematicità e in termini di allarme. Rischio devianza, abuso, obesità, alcolismo, bullismo, emarginazione, iperattività o ansietà scolastica. Quindi non è solo il mondo del libro junior a essere marginale, è lo stesso mondo infantile a non rientrare di norma tra le priorità del dibattito culturale italiano. Stabilire allora la consuetudine di uno spazio critico per i libri che ai bambini si rivolgono e che guardano al mondo interiore così come al mondo fatto di oggetti, di animali piante persone, di luoghi ordinari e straordinari, potrebbe riattivare un legame tra esperienza e testo, tra libro e vita... perché i libri parlano di tutto.

La stampa, la grande stampa, invece, non dialoga con la ricca e variegata produzione editoriale, ha sostenuto a spada tratta Janna Cairoli, ideatrice della bella

petizione, veicolata sul web da www.editoriaragazzi.com, con la quale si chiede ai direttori dei giornali di allargare costantemente l'informazione alla letteratura per ragazzi. Una petizione nella quale, dati alla mano, si dimostra come siano oltre 20 milioni le persone che ruotano attorno ai bambini e che avrebbero quindi tutto l'interesse ad essere orientati criticamente in quell'immenso McDonald's cartaceo che rischia di omologare gran parte della produzione, nonché ad avere informazioni per muoversi nel bosco dell'immaginario infantile che produce ormai un fatturato annuo di 129,5 milioni di euro. 1211 le firme raccolte in pochi giorni, adesioni di addetti ai lavori, certo, come pare di tanta tanta gente comune, con commenti appassionati, citazioni dotte sull'importanza del libro e note biografiche di mamme

Il dibattito prosegue su un blog fra editori giornalisti e librai

«stanche» ma «battagliere». Di maniera, talora cortesi, altre volte distratte o scorbuteche o francamente disinteressate o balanzanti o pluri-sollecitate, sono state, di contro, le risposte dei direttori. Varie, dunque, come varie sono le risposte ai lavavetri per strada! Sullo sfondo del serrato dibattito, non potevano però mancare gli up-and-down della letteratura giovanile, gli equilibri critici, l'eterna domanda di come si costruisca un lettore, la ricerca di

nuovi tam-tam per diffondere fra i ragazzini un «libro» ancora fortemente mediato, sigillato e filtrato dalle scelte degli adulti. E non potevano neppure mancare un *faccise* alla prepotenza pubblicitaria e una dovuta considerazione alle modifiche avvenute nelle tradizionali categorie di visibilità e invisibilità: una visibilità di strada, dai festival Quantestorie, Tuttestorie, Fantasio, lo stesso Minimoni di Parma, la sezione per ragazzi a Mantova o a Suzzara o a Pavia (solo per citarne alcuni), che, paradossalmente, tuttavia non si rende visibile come cultura condivisa, come terzo occhio, come orientamento nella mappa-bambino.

E le proposte operative finali? La prima fattiva, di trincea, un blog fra editori librai e giornalisti, per scambiarsi idee e strategie di espansione, e la seconda provocatoria, di sfondamento. Se non possiamo ottenere che i giornali ci ascoltino con la ragione - ha osservato ancora Janna Cairoli - prendiamoli per sfimento! «Adotta un giornale» è allora l'iniziativa che vedrà una classe, una famiglia o una associazione, che si prenderà l'impegno di «stressare» personalmente il direttore di un giornale, spendendogli ogni mese la stessa lettera. Quindi attenzione: perché se le «fiabe sono vere», come sosteneva con competenza Calvino, mentre i lavori si chiudevano nella incantevole cornice della sala Ildibrando di Palazzo Orsini, e per Pitigliano e Sorano volavano festosamente, portati dal vento, colori, parole e pagine di libri... i direttori dei più prestigiosi quotidiani sentivano uno strano prurito alle orecchie che iniziavano a crescere a crescere, trasformandosi, loro malgrado, in lunghe orecchie d'asino. Proprio come era successo a Pinocchio!

