

La seconda vita
del romanzo
formato tabloid

FULVIO PALOSCIA
A PAGINA XV



FIRENZE

la Repubblica

firenze.repubblica.it

SPETTACOLI CULTURA & SPORT SOCIETÀ

FIRENZE

SABATO 25 MAGGIO 2013

la Repubblica

■ XV

Clichy rilancia gli antenati dei tascabili
Classici pubblicati come fossero giornali
e nati nella Germania del dopoguerra



FULVIO PALOSCIA

Fecero tornare a leggere la Germania del Dopoguerra: un Paese stanco e distrutto, dilaniato dalla follia nazista, in cerca di una riabilitazione culturale che, all'esordio degli anni Cinquanta, ancora non era arrivata. Magari, riusciranno a compiere il miracolo anche nella nostra Italia sul lastrico. Si chiamavano Ro. Ro. Avevano in tutto e per tutto l'aspetto di un giornale e, come i quotidiani, erano stampati in rotativa: solo che, al posto delle notizie, c'erano romanzi. Di Thomas Mann, Dostoevskij, Flaubert. Concentrati in poche, pochissime pagine, ma senza tagli. Versioni integrali, dalla prima all'ultima pagina. Messe in vendita al prezzo di un marco. Furono gli editori Ernst e Heinrich Rohwolt, padre e figlio, a capo della casa editrice Rohwolt Verlag, ad avere l'idea: Ro. Ro. Ro., Rohwolt-Rotations-Roman. In pratica, gli antesignani di una delle grandi rivoluzioni del Novecento. I tascabili. Questi libri formato tabloid ora rinascono grazie alla casa editrice fiorentina Clichy, che li ha appena lanciati con successo al Salone del libro di Torino. Sono in vendita in libreria, ma presto saranno disponibili anche in negozi non deputati, bar compresi. Sempre e comunque al prezzo di un euro: la voluta, esibita, quasi orgogliosa povertà del materiale cartaceo con cui sono realizzati permette l'operazione ultra low cost. Prime uscite: *Cuore di tenebra* di Conrad, *Lo strano caso del Dr. Jekyll e Mr Hyde* di Stevenson, *La leggenda del santo bevitore* di



La storia

I Ro. Ro. Ro nacquero nella Germania distrutta dal nazismo per far tornare la gente a leggere (sopra). Costavano un marco. In alto, le prime uscite della casa editrice fiorentina Clichy. L'aspetto è quello di un giornale e la versione integrale

dea, e in questo momento c'è un forte bisogno di idee. I Ro. Ro. Ro sono "oggetti" che uniscono un charme grafico di qualità, attrattiva per chi già ama i libri, a una forte vocazione popolare richiamata dall'accessibilità di prezzo ed estetica. Ma il contenuto ha una centralità assoluta». Nel catalogo dei Ro. Ro. Ro. resuscitati da Clichy, insomma, non figureranno



Romanzi popolari

Se il libro tabloid
ritorna di moda
per salvare la cultura

mai epigoni di erotiche sfumature, ma solo classici «facendoli entrare nel nostro quotidiano proprio come un semplicissimo, poverissimo giornale — prosegue Gurrieri — il rischio che si corre in momenti oscuri come quello presente è che la cultura diventi un accessorio, soprattutto in un Paese come il nostro, dove qualche politico non si è vergognato ad affer-

mare che con la cultura non si mangia. Mentre a Sarajevo, durante i tre anni di assedio, si sono continuati a pubblicare libri e giornali. Chi fa lavoro editoriale con passione (e follia) deve osare di tutto per invertire la pericolosa tendenza che sta stritolando la cultura in Italia: pubblicare Conrad o Roth è il nostro modesto contributo per curare l'abbruttimento

culturale, che genera quello sociale».

La recessione riesce a tirare fuori gli aspetti più deteriori dell'editoria: la guerra ai prezzi più bassi a discapito della qualità, il marketing più spregiudicato che vince su tutto, idee efferate che suscitano dibattiti anche accesi sui giornali e in rete. «Ma noi siamo una piccola casa editrice — prosegue

Gurrieri — e il nostro amore per il libro ci ha convinti che nessun prodotto potrà sostituirlo. Il libro è un oggetto che resta, che possiamo ogni tanto prendere in mano, toccare, guardare, rileggere, sistemare nelle nostre cose come sistemiamo le foto, gli oggetti, le cose che costruiscono la nostra esistenza. Il libro è e rimarrà lo strumento principale di Clichy. I Ro.

**Si chiamano
Ro. Ro. Ro e costano
solo un euro: la
casa editrice li
ripropone**

Joseph Roth, *Le notti bianche* di Dostoevskij. Nei prossimi mesi, non mancheranno scrittori italiani: dal Verga di *Storia di una capinera* al Pirandello de *La patente*.

Ovvio che la crisi sia il motivo scatenante di questo ripescaggio dalla storia dell'editoria, «ma l'idea si fa forte di un concetto espresso da Roberto Calasso in una recente intervista: il declino del libro si può, anzi, si deve combattere con la qualità — spiega Tommaso Gurrieri, direttore editoriale di Clichy — i nostri Ro. Ro. Ro mettono insieme cultura e imprenditorialità: sono piccoli contenitori di sapere, e allo stesso momento un progetto legato ad un'i-

**Da Conrad a Roth
"Sono piccoli
contenuti di sapere
per superare
la crisi"**

Ro. Ro. non nascono con l'idea di essere volumi a basso costo, ma piccoli e agili veicoli di cultura, come per certi versi lo sono gli stessi e-book di classici fuori diritto d'autore, o lo straordinario lavoro delle biblioteche». La prima tiratura è di 10 mila copie, «ma raggiungeremo risultati economici validi solo arrivando a 50 o 100 mila. I primi segnali sono promettenti». Per festeggiare l'uscita dei Ro. Ro. Ro., Clichy aprirà la propria sede, in via Pietrapiana 32, sabato 1° giugno dalle 18 a mezzanotte. Ci sarà anche una vendita di vendita di libri al chilo: 10 euro, bilancia alla mano.