

Librerie e «megastore»

UN PIACERE ANTICO

di **GIORGIO MONTEFOSCHI**

Parecchi anni fa, esisteva in via Veneto una piccola libreria, la Libreria Rossetti, che aveva una sola vetrina, pochi libri di qualità esposti (scelti dal libraio: il signor Rossetti), una bella poltrona di cuoio al suo interno sulla quale, di volta in volta, sedevano a discutere Cardarelli o De Feo o Flaiano. Naturalmente, la Libreria Rossetti, come tante altre cose, è scomparsa. Qualche giorno fa, capitando in centro per caso, sono entrato in un paio di quelle grandi librerie a più piani.

Devo dire la verità: quei grandi spazi, quelle cataste di libri, invece di invitarmi a una sosta piacevole, mi hanno provocato un lieve sgomento. Non avevo l'impressione di trovarmi in una libreria, quanto piuttosto in un grande magazzino, in uno di quei locali in cui si vende di tutto e si trova di tutto, che oggi chiamano «megastore». Ora, io so che questo è il cosiddetto «trend» commerciale e che combattere i «trend» è impresa vana; ma siamo proprio sicuri che il gigantismo vada bene anche per i libri? Certo, non possiamo pensare, oggi, a piccole librerie raffinate come la Libreria Rossetti. Però, è altrettanto vero che, quando entriamo in una libreria vorremmo essere sottratti alla diffusa idea del consumo. Certo, è anche vero che entrare in una piccola libreria e essere squadriati dal proprietario o dal commesso che ci chiedono «che vogliano» può scoraggiare qualcuno. Tuttavia, non sarebbe meglio entrare in una libreria di media grandezza, ben fornita, nella quale girare senza la paura di scoraggiarsi per l'immenso numero dei titoli e di perdersi? Non sarebbe meglio entrare in una libreria nella quale i libri esposti, oltre che ubbidire alle logiche del mercato, riflettessero anche, in qualche modo, i gusti e le scelte di chi sta dietro il banco e magari qualcuno di questi libri (come accadeva nella vecchia Einaudi di via Veneto) lo ha pure letto?

Non sarebbe meglio incontrare individui in carne ed ossa, come accade in molte librerie del Gruppo Arion di Marcello Ciccaglione, per esempio, (dimensioni giuste, titoli sufficienti, spazi umani) che possono guidare il potenziale acquirente, basandosi non soltanto sulle fredde indicazioni del computer che rimanda agli scaffali? La risposta è retorica. Io penso che sia meglio così. Anzi, mi auguro che queste e altre librerie simili rimangano a Roma. Soprattutto, rimangano dislocate nei quartieri. E siano tante, diverse. Perché, lo ripeto, andarsi a comprare un libro è ancora un piacere antico. Deve esserlo: a due passi da casa, col tempo giusto, senza musiche inutili, Dvd e altro, in una bella giornata di pioggia.