

L'archivio di Ranchetti donato al Gabinetto Vieusseux

Domani alle 16.30 la Sala Ferri del Gabinetto Vieusseux in Palazzo Strozzi a Firenze ospiterà un incontro per ricordare Michele Ranchetti (1925-2008), docente di Storia della Chiesa, traduttore, poeta e disegnatore, e per presentare ufficialmente al pubblico la donazione del suo straordinario archivio al Gabinetto Vieusseux per volontà degli eredi. Interverranno Sergio Givone, Gianfranco Bonola, Alba Donati, Marco Pacioni e Anna Scattigno.

«Jheronimus Bosch e Venezia», grande mostra a Palazzo Ducale

A Jheronimus Bosch (circa 1450-1516), Venezia, unica città in Italia a conservare suoi capolavori, dedica a Palazzo Ducale fino al 4 giugno una mostra di grande fascino e di notevole rilevanza per gli studi, il cui punto focale sono le tre grandi opere di Bosch custodite alle Gallerie dell'Accademia - due trittici e quattro tavole: *Il martirio di santa Ontocommernis*, *The santi eremiti* e *Paradiso e Inferno* - attorno a cui ruotano 50 opere di contesto.

QUOTIDIANO



Libero Pensiero

Effetto Isis

I pazzi islamici tengono a galla l'editoria

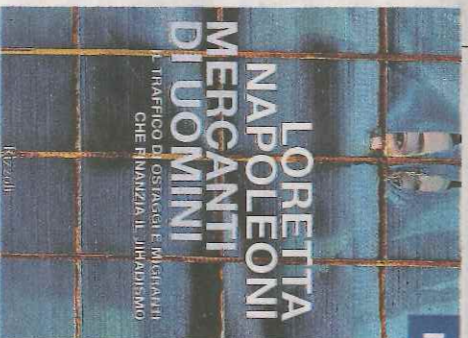
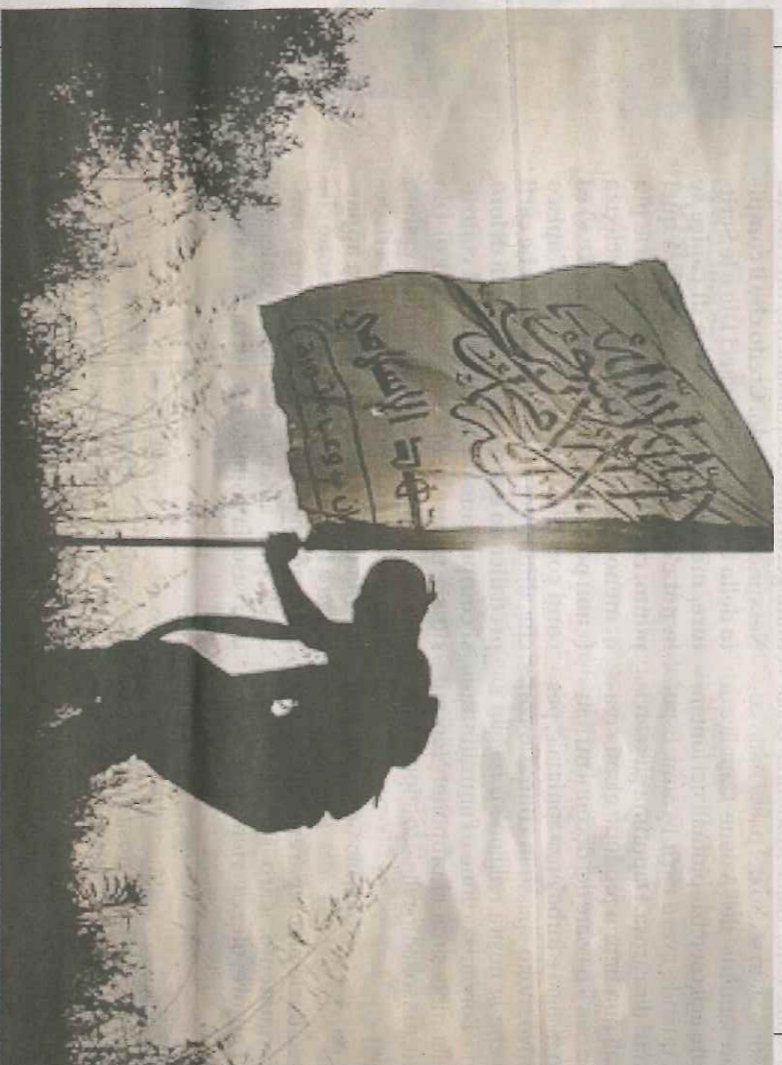
Nati come volumi legati agli attentati a partire dall'11 settembre, adesso mettono insieme vari argomenti collegati tra loro e non hanno più picchi di vendite. Ma sono ancora redditizi

DI DANIELE DELL'ORCO

■ I cosiddetti *instant book*, libri che riescono a raccontare di pari passo l'attualità, esistono da tempo. Ma ultimamente assistiamo a una vera invasione, con l'estremismo islamico in primo piano. Dalmomento della nascita dell'autoproclamato Stato Islamico dell'Iraq e della Siria nel 2014, di saggi sul tema ne sono usciti a centinaia, e da ancor prima, dall'affermarsi di Al Qaeda, un'intera letteratura si è sviluppata attorno all'approfondimento della *jihād*. A distanza di anni, continuano a uscire testi analoghi. Solo negli ultimi 24 mesi piccole e grandi case editrici hanno pubblicato una cinquantina di libri sul tema, in media uno ogni due settimane. Lo scopo, però, è completamente cambiato: ora l'intenzione degli editori è quella di puntare sul *long-seller*, passando dal metro approfondimento monografico al saggio "composito", che metta insieme più argomenti collegati tra loro.

È il caso di *Mercanti di uomini* di Loretta Napoleoni (Rizzoli, pp. 360, euro 18,50), che dopo aver tracciato i contorni dell'Islam nel 2014 con *ISIS. Lo Stato del terrore* (Feltrinelli), ora punta sul binomio terrorismo-immigrazione per parlare del business del traffico di esseri umani in fuga da guerre e povertà. Chiaro che per Rizzoli, già editore di *Jihad: guerra all'Occidente e de* *Il Califfo del terrore* di Maurizio Mohinari, di *ISIS. I terroristi più fortunati del mondo e tutto ciò che è stato fatto per favorirli* di Alessandro Orsini, oltre che *de Il falso nemico. Perché non sconfiggiamo il califfato nero* di Corrado Formigli e di *Prigionieri dell'Islam* di Iblil Gruber, sia stato fondamentale diversificare le tematiche.

Un po' la stessa idea di *Mur-sia*, già in libreria nei mesi scorsi con *Che cosa fare in caso di attacco terroristico* dell'esperto di sicurezza Gianpiero Spinelli, un *vademecum* in grado di vendere quasi diecimila copie sull'onda della psicosi di massa scatenata dagli attentati, e che ora pubblica *I guerrieri di Dio. Hezbollah: dalle origini al conflitto in Siria* (pp. 394, euro 21), proprio alla ricerca del *long-seller* perfetto. Il libro, scritto a quattro mani dallo storico Stefano Fabei e dal reporter Fabio Polese, unisce i filoni della guerra anti-As-sad e della storia del gruppo fondamentalista islamico, sollevando un paradosso: «Quattro o cinque anni fa», racconta Polese a



IL CALIFFATO HORROR

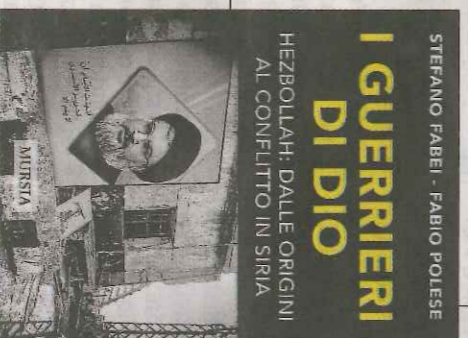
Un'immagine simbolo del Califfo. A sinistra, la copertina del volume di Loretta Napoleoni a destra, quella del libro di Fabei e Polese

di Anne-Clementine Larroque e ancor prima *Il ritorno del Califfo* di Philippe Bannier. Due testi che hanno venduto entrambi tra le 500 e le 1000 copie, numeri rilevanti per un piccolo editore. Eppure, «l'interesse è scemato», spiega Turolla, «non solo perché

Libero, «Hezbollah era considerata un'associazione terroristica a tutti gli effetti. Oggi, invece, pur nello schieramento fedele ad As-sad, di fatto combatte l'Isis, diventando così un "male minore" agli occhi dell'Occidente».

Da *mondadori* a *Feltrinelli*, passando per la *La Nave di Teo* e *Sperling & Krupfer*, tutti i big dell'editoria hanno trattato più volte l'argomento. Basti pensare a *Laterza*, che specie grazie alla penna di *Franco Cardini* ha potuto puntare su un taglio sociologico, *L'ipocrisia dell'Occidente*, pubblicato nel 2015 dal medievista, è giunto all'ottava edizione, e a distanza di mesi è ancora al terzo posto tra i best-seller di categoria su Ibs.

C'è poi una schiera di editori piccoli e medi con un catalogo ricco di geopolitica, per forza di cose legato anche a *jihād et similia*. *Fuoco Edizioni*, diretta da *Luca Turolla*, ha pubblicato nel 2015 *Geopolitica dell'Islamismo*



IL CALIFFATO HORROR

Un'immagine simbolo del Califfo. A sinistra, la copertina del volume di Loretta Napoleoni a destra, quella del libro di Fabei e Polese

di Anne-Clementine Larroque e ancor prima *Il ritorno del Califfo* di Philippe Bannier. Due testi che hanno venduto entrambi tra le 500 e le 1000 copie, numeri rilevanti per un piccolo editore. Eppure, «l'interesse è scemato», spiega Turolla, «non solo perché

il tema è ampiamente coperto, ma anche perché il pubblico si informa attraverso altri mezzi. A riprova di questo, ormai la concomitanza con episodi di terrorismo non comporta più alcun picco di vendite». Tendenza in un certo senso sorprendente, riscontrata anche da *Bietti*, che dedica all'Islam un'intera trilogia di romanzi di *Pierfrancesco Prosperi*, e da *Nutrimenti*, che del *Califfato nero* di *Jack Caravelli* e *Jordan Foresi*, ha pubblicato tre edizioni dall'aprile 2015 per un totale di 5mila copie vendute. A quota 700, ma in appena sei mesi è arrivato invece l'ultra tascabile *La storia del Califfo islamico* (Mattioli 1885, pp. 92, euro 6), di *Alberto Rosselli*.

Il prototipo del *long-seller* perfetto di *Castelvecchi* è invece *Geopolitica del collasso* di *Robert Lannuzzi*, edito nel 2014 e in grado di racchiudere le logiche dei conflitti in corso in una regione smisurata, che va dal Ma-

Campionario filosofico

Come gli italiani vanno alla ricerca della felicità

DI LUCA ROSSI

■ Che cos'è la felicità? La felicità non è «un bicchiere di vino con un panino», come cantavano *Al Bano & Romina*: o meglio, forse non soltanto. È difficile analizzare una parola con tante sfaccettature, così in questo «campionario filosofico» un team di sociologi cerca di capire che cos'è la felicità per noi italiani. Le definizioni sono più dei campanili, ma non è questo che cerca *Felicità italiane* (il Mulino, pp. 224, euro 18), a cura di *Dimitri D'Andrea*, *Enrico Donaggio*, *Elena Pulcini* e *Gabriella Turanuri*, che vuole invece fare da cartina di tornasole del Paese e delle definizioni di questa parola tanto utilizzata quanto ricercata in forme, modi e colori diversi a seconda delle epoche, delle fasce sociali, della professione, del sesso, del carattere ecc.

È un bestiarario molto variegato quanto quello che si aggrega su Facebook nelle pagine delle scuole di Yoga e dei fan dei blog di cucina vegana. C'è *l'hipster* che scappa dalla città bruta e grigia e nel weekend si ammazza di passeggiare in montagna. È colui che è in grado di camminare per ore in luoghi dove non c'è campo senza la paura di perdersi l'aggiornamento di status di *Lapo Elkann* (che cerca invece la sua felicità evadendo dai social) o aspettando l'ultimo video *Quei due sul server* e non ascolta *Benji* e *Fede* perché schifosamente commerciali, ma che l'estate scorsa non ha disdegnato *Rovazzi* e il suo *Andiamo a comandare*, forse perché parlava di andare in tangenziale con il trattore come i *Cobas* del latte che oggi come vent'anni fa immobilizzano l'Idroscalo di Milano.

l'hipster montano a chilometri sotto il sole e la pioggia, fa l'*Irman* delle cime perché dà bene al fisico camminare». Il fisico è un'altra delle felicità italiane: *mens sana in corpore sano*, no? Ecco perché la felicità si misura in massa magra e grassa, ci si unge come gladiatori e ci si ammazza di seffe tra i bilancieri, ispirandosi al video di *Schwarzenegger* su Instagram. Felicità è mangiare alimenti a filiera controllata e senza olio di palma. Felicità è risparmiare comprando su Amazon. Perché la felicità è personale, non è giusta o sbagliata, ma c'è un dubbio che s'insinua leggendo questo pantone multicolore di tipi umani, ed è che la felicità sono sempre a tempo. È a tempo la durata della dicitura "novità" davanti alla scritta iPhone, sei mesi, sei mesi felici, almeno fino all'uscita modello successivo. Per molti italiani è il profumo della macchina nuova, per altri è il via libera per il mutuo trentennale, l'uscita dell'ultimo, veramente ultimo, libro della saga di *Harry Potter*, la fine di *The Walking Dead*, l'inizio di *Sanremo*.

La felicità è oggi davvero personale, la pubblicità insiste su questo perché nessuno è felice allo stesso modo, siamo tutti diversi e tutti infelici, ma a noi italiani alla fine ci accontentiamo di poco. Ed è qui che sta il bello, perché la felicità è davvero alla portata di tutti. Basta volare basso, più basso della stagnazione economica, della disoccupazione giovanile, dell'Isis, degli attentati, dei muri e delle frontiere e spacchettare qualche «felicità free-to-use» consci che l'effetto durerà poco.