

grandi oasi di cose belle.

E sia a me concesso di chiudere questa rassegna editoriale, che ho voluto infliggervi a sfogo della mia passione, con un inno a questa nostra povera, ma grande industria; ai pionieri che la vivono soffrendo più del concepibile, che ora più di ieri, domani più di oggi, sapranno portare per il mondo il nome della Patria reso più grande dalla ferrea volontà del nostro Duce, e sapranno affermare ovunque la superiorità indiscussa della nostra stirpe. (*Vivissimi applausi*).

Un mestiere poco redditizio?

Anche prescindendo dalla ricerca del profitto, ogni sistema industriale tende ad accrescersi, ed ogni produzione di massa destinata al consumo ha una sua propria logica, che è quella del massimo dei consumi. L'industria culturale non sfugge a questa legge. Inoltre nei settori più concentrati, più dinamici, tende al pubblico universale.

Edgar Morin

Di crisi del libro in Italia si comincia a parlare già nel 1922. Al tempo, i parametri cui di solito si fa riferimento per cercare le ragioni o indicare soluzioni erano in larga misura diversi da quelli odierani. Eppure. Eppure a leggere questo accorato appello del trentasettenne Arnoldo Mondadori non è difficile ritrovare problematiche che continuano a circolare ancora oggi in campo editoriale.

Dati gli anni della sua prolusione e il luogo ove avvenne, bisognerà naturalmente saper prescin-

dere dall'*humus* retorico che lo caratterizza, dando come acquisito l'indispensabile filtro della distanza storica e puntando viceversa l'attenzione sullo specifico da cui Mondadori prende spunto, ovvero la situazione editoriale del tempo.

Qualche dato, innanzitutto: l'incontro si tenne a pochi giorni dalla prima Festa del Libro (svoltasi a Milano) ed a un anno esatto dalla campagna a favore della lettura indetta dalla «Fiera Letteraria». Nell'Italia del 1927 i volumi stampati erano circa 6.500, di cui meno di un decimo i romanzi, perlopiù italiani. Il piccolo nucleo dei cosiddetti lettori forti era peraltro assai maggiore di quello odierno, ma altrettanto vasta era la fascia dei non lettori in assoluto, dato l'alto tasso di analfabetismo.

Mondadori aveva iniziato a pubblicare nel 1911, in un momento di grande fermento che aveva visto la nascita di Laterza, Formiggini, Rizzoli, Vallecchi e Ricciardi. È però solo tra gli anni Venti e Trenta che inizia a mettere in atto le proprie indiscutibili capacità imprenditoriali, forte di un'idea di editoria, allora e per molti decenni ancora, del tutto nuova. Da un lato rivolse da subito attenzione massima all'aspetto artigianale del

libro, con particolare cura della grafica e dell'illustrazione. Dall'altro, grazie a una serrata politica editoriale di quello che oggi chiameremmo marketing, non si limitò all'individuazione di un proprio potenziale parco lettori, ma capì, con largo anticipo, che era piuttosto necessario coltivare e incrementare il mercato, assecondando e in parte prevenendo i gusti del pubblico.

In particolare dal 1923 in poi, anno del trasferimento della sua casa editrice a Milano, impostò il proprio lavoro e quello dei suoi collaboratori secondo un modello di tipo americano, basato su un'organizzazione di vendita estesa su tutto il territorio, con una rete di agenti e filiali che gli garantiva una radicale, invidiabile diffusione. Contribuì poi alla creazione di un nuovo rapporto tra editore e autore – cui fu il primo a garantire sempre i diritti – e alla formazione di non pochi editor.

Nel frattempo riuscì ad avvantaggiarsi delle facilitazioni che il regime predispose per dare ossigeno a un settore come quello editoriale, in stato di afasia a causa di una crisi generale che, dal primo dopoguerra, era andata aggravandosi e aveva visto lievitare insieme ai costi di tutte le materie prime quelli specifici del settore: tra cui soprattutto

to il costo della carta. A questa situazione pochi riuscirono a far fronte, anche per l'impossibilità di alzare troppo il prezzo di copertina, pena un pesante invenduto, così che in breve il libro da oggetto d'uso – seppure per una ristretta fascia – rischiò di divenire oggetto di lusso.

Da alcuni anni era intanto iniziato quel moto centripeto di accentramento e di conseguente controllo, dapprima indiretto poi sempre più ingombrante, su ogni aspetto dell'organizzazione culturale, da parte del regime che culminerà nella fondazione dell'Istituto nazionale fascista di cultura e dell'Accademia d'Italia. Le mosse successive: ovvero la concessione dell'editoria scolastica ad alcuni editori (tra cui Mondadori) e la creazione di un Provveditorato di Stato che promuoveva edizioni critiche, sigillarono un legame con il mondo editoriale, cercato e fortemente voluto dal governo che aveva individuato nei mezzi di informazione lo strumento principe per una necessaria "orchestrazione del consenso".

Ciò detto, sarebbe un errore attribuire all'inarrestabile crescita di Mondadori ragioni esclusivamente politiche. E questo non solo perché al tempo un po' tutti gli editori cercarono e favoriro-

no i rapporti con il regime, evitando quasi sempre di prenderne le distanze, ma perché se così fosse ben altre case editrici, che vantavano cataloghi di tutto rispetto e a cui andavano i favori personali di gerarchi e intellettuali fascisti (si pensi solo alla Vallecchi), avrebbero avuto sorti simili.

Dunque non fu questa la forza di Mondadori. La formula che doveva risultare a lungo valida era piuttosto quella di considerare ogni libro in modo diverso, quale oggetto di mercato sì, ma sempre oggetto sui generis, da posizionare ogni volta in una differente, apposita collana, studiando strategie editoriali che si plasmassero sullo specifico target di riferimento cui si rivolgevano. Non slegando cioè mai il momento della cura editoriale da quello commerciale.

Nella decennale, abusata antitesi di editori intellettuali da un lato e industriali dall'altro, la Lezione di Mondadori illumina del resto circa l'aspetto viscerale, autentico, di un uomo che, pur avendo una visione imprenditoriale dell'editoria, amava in modo appassionato il proprio lavoro e intendeva la propria professione come una missione.

Sino agli irrimediabilmente lontani anni Cinquanta-Sessanta, in ambito editoriale vigea un

ideale condiviso da molti di editoria quale veicolo di cultura: uomini come Einaudi, Pavese, Vittorini, Calvino, Boringhieri, Bollati, Feltrinelli, Solmi, Sereni, Gallo, Debenedetti e Alberto Mondadori, solo per citarne alcuni, vivevano la propria realtà di intellettuali-editori con intenti dichiaratamente pedagogici di cui fa fede una lettera di Roberto Bazlen a Luciano Foà: «Dobbiamo metterci d'accordo sul limite da cui cominciare l'educazione, in caso contrario conviene mollare la casa editrice e dare i soldi alla società per la lotta contro l'analfabetismo o pubblicare libri di lettura per la prima».

Ma oggi nessuno si scandalizza più della plateale, esibita rincorsa ai lettori, dell'inseguimento sfrenato a gusti e tendenze del momento. Anzi. Mode e tendenze che provengono da altri campi, cinematografico o artistico per esempio, vengono blandite anche quando, fuori dal loro contesto originario, non hanno più senso, perdono di significato e si rivelano vuote etichette. Tutto ciò, al tempo, era impensabile e la politica di Mondadori che cercava solo di dare a ciascuno il suo libro appariva una voce fuori dal coro, ascoltata con l'innata snobismo di chi pensava e pensa che mercato e

cultura siano due antitesi nette, inconciliabili.

In una novella di Svevo, a un tratto, il protagonista comprende, suo malgrado, che la «letteratura è una cosa che si vende e si compra». Fatto salvo l'autore e le sue ben più complesse problematiche, usiamo a pretesto questa citazione per sottolineare che quest'idea di mercificazione della cultura, come di qualcosa di condannabile a-priori, ha radici lontane, ma è solo in ambito romantico che si radicalizza al punto di arrivare a porre la cultura quale polo opposto al mercato. Mentre invece è di tutta evidenza che si tratta di due sistemi distinti e non correlati in alcun modo, se non all'interno di macrosistemi come quello editoriale. E continuare a confonderli virtualmente è gioco pericoloso e sterile, che non aiuta a chiarire cosa fare per e nell'editoria: che è buona editoria se produce cultura, ma è editoria solo se poi ha un mercato.

Per esempio, tornando al Mondadori del 1927, è interessante riflettere su come, nonostante i propositi urlati a viva voce nel presente libretto, da qui a non molto anch'egli comincerà a tradurre, probabilmente dapprima attirato dalle percentuali inferiori (circa un terzo) che gli autori stranieri esigevano rispetto agli italiani, arrivando però in

breve tempo ad offrire una risposta diversificata e di grande respiro, fino ad imporsi come primo editore italiano anche in questo campo.

Negli anni Trenta i testi stranieri che riuscirono a sfuggire alla censura del regime furono quasi unicamente quelli che rientravano (a torto o a ragione) nella cosiddetta "letteratura amena". A parte le meritorie riviste del tempo, che pubblicavano grandi scrittori altrimenti ignoti in Italia, a circolare in milioni di copie-Mondadori erano infatti soprattutto «I libri gialli» che, insieme ai libretti di narrativa divulgativa de «I romanzi della Palma» e a Topolino (acquisito nel 1935), contribuirono ad allargare la fascia dei lettori, coinvolgendo settori sociali in precedenza esclusi.

Nel 1930 aveva intanto debuttato sulla scena editoriale anche la «Biblioteca romantica», diretta da Borgese per Mondadori: collezione di Classici della narrativa straniera del Sette-Ottocento che andò ad aggiungersi alle collane della Stock, Paravia, Corticelli, UTET, Nuova Italia, Slavia, all'importante «Biblioteca Europea» di Antonicelli e Frassinelli e all'innovativa Modernissima di Gian Dàuli (che confluirà poi nella Corbaccio), nonché alle prime traduzioni della Bompiani.

Sarà però solo grazie alla «Medusa», collana principe di fiction straniera contemporanea, inaugurata nel 1933, che gli italiani ebbero finalmente l'occasione di innamorarsi di testi come Il vecchio e il mare di Hemingway, di autrici come la Woolf, Colette, Mansfield, e autori quali Gide, Faulkner, Hesse, Hansum, Thomas ed Heinrich Mann, Huxley, Dos Passos e John Fante.

Entusiasta della risposta del pubblico, Mondadori decise quindi, nel 1937, di aprire un'altra collana dedicata ai best-seller d'oltreoceano: «Omni-bus», che con le raffinate copertine di Giorgio Tabet ospiterà anche i due volumi di Tutte le novelle di Pirandello. Cultura, dunque, e mercato, all'interno non solo di uno stesso marchio ma di una stessa collana: quale ulteriore riprova che genio editoriale è – certo non solo – ma sicuramente anche saper mischiare, comporre, creare senza altro scopo che quello di aumentare ancora e ancora i propri lettori.

Ecco: i lettori. Unico vero grande problema irrisolto. Variante sempre uguale a se stessa. Tutto è mutato dagli anni Venti. Ed è evidente che parlare genericamente di "lettori" oggi è più che mai improprio. Ma se scegliamo tra tutti i possibili un

solo allarmante dato, vedremo come pur essendo cambiata in modo incommensurabile l'offerta, la domanda di lettura in Italia permanga al di sotto di ogni soglia di decenza.

Gli ultimi dati disponibili fissano il numero di lettori a una percentuale del 41,5 per cento. Ma a ben vedere si tratta in maggioranza di una folla di lettori occasionali che non hanno nessuna abitudine alla lettura, mentre è solo poco più di un ventesimo della popolazione a costituire gran parte dell'universo cui si rivolge l'intera nostra produzione editoriale. E questo sorvolando sul cosa si legge, aspetto che meriterebbe un discorso a parte. Da questa cifra è impossibile prescindere, dopodiché si può studiare e ragionare all'infinito sulle cause e le possibili strategie. Ma il dato resta. E dovrebbe preoccupare tutti.

Sono molti, è vero, i luoghi comuni da sfatare, come quello della scarsa domanda di lettura da parte dei giovani. Mentre invece a leggere di più sono proprio i giovanissimi e casomai bisognerebbe domandarsi cosa accada poi per farli desistere.

È opinione diffusa che il basso livello scolastico nazionale sia tra le cause principali dell'esiguo numero di lettori. Dato incontrovertibile, certo.

Anche se forse sarebbe utile rendersi conto di come siano concepiti oggi i libri di testo, per non escludere che il loro possesso possa talvolta inibire, piuttosto che incoraggiare, ogni spontaneo, libero anelito alla lettura.

C'è poi l'annoso problema delle biblioteche, carenti di supporti informatici, spesso povere e, salvo debite eccezioni, gestite con criteri rigidi, invece che in direzione di un loro uso quali luoghi di cultura circolante.

Ed esiste infine la grave questione delle librerie. Si parla tanto delle librerie tradizionali destinate a scomparire a favore di megastore multifunzionali ricchi di offerte multimediali. Del loro poter sopravvivere solo se sapranno specializzarsi e caratterizzarsi in modo tematico. Il dato, proprio perché autentico, rende un po' tristi, ma si dimentica troppo spesso che riguarda le grandi città. Mentre nella sconfinata provincia italiana – e in particolare al Sud – le librerie semplicemente non esistono. Non ci sono e se esistono sono quanto di più lontano dal nostro comune immaginario. Esclusi i grandi centri, infatti, la situazione nel nostro meridione è davvero catastrofica. Ed è difficile poi ragionare in astratto di scarso numero di

lettori al Sud, se poi a questi stessi potenziali lettori non si dà neanche l'occasione di poter fisicamente entrare in una libreria e prendere un libro in mano.

Basterebbe poco: volontà di politici e amministratori che aiutino chi intende aprire una libreria lì ove necessario, per cominciare. Perché senza offerta non può esserci domanda. E ancora, campagne promozionali mirate ad incrementare la lettura: perché entrare in una libreria diventi un atto naturale, non ricercato. Iniziative cioè in assoluta controtendenza rispetto a una cultura come la nostra che, non ultimo a causa di certo pesante retaggio accademico, ha sempre impedito una più libera circolazione transdisciplinare del sapere e alzato alti steccati intorno a sé, facendo così apparire la lettura qualcosa di vecchio, polveroso, noioso, inattuale.

Fortunatamente ci sono pure dati incoraggianti, segni di movimento in tanto torpore. Si pensi solo alle possibilità offerte in Rete dalle librerie virtuali, che se non fossero quotate in Borsa farebbero pensare alla Biblioteca di Babele di borgesiana memoria. Enormi librerie, adesso presenti anche in meritori siti italiani

(www.internetbookshop.it.), dove è possibile per chiunque accedere, scegliere e ordinare un libro.

Del resto proprio in epoca di villaggio globale, con un'informazione che circola a livello orizzontale raggiungendo tutti, ovunque, a dare spessore verticale di pausa, riflessione e raccoglimento è rimasto, appunto, solo il libro.

È chiaro che sarebbe un'illusione attribuire a una soltanto di queste varianti un potere salvifico.

Però tentare di affrontarle contemporaneamente può forse contribuire a cambiare la realtà delle cose e ad avvicinarci a valori di riferimento europei.

Se colpa esiste, mi sembra quindi che sia difficilmente attribuibile a chi l'editoria la fa. E che di problemi endemici e strutturali (distribuzione/promozione, costi di magazzino, fatturato spesso insoddisfacente, diritto di resa dei librai, forte penalizzazione dei marchi minori...), ne ha già molti e complessi. Ma continua "allegrementemente" a fabbricare libri.

Tanto che oggi sui banchi delle nostre librerie esiste una ben diversificata scelta. Libri dalle poche migliaia di lire e costose collezioni critiche. Ottimi economici e pessimi testi rilegati, edizioni

curatissime e inutili chicche editoriali, straordinari scrittori proposti da sigle minori e libri inconsistenti all'interno di insospettabili cataloghi. Bestseller siliconati ed accattivanti autori di narrativa italiana, ricercati da un pubblico attento, in larga misura femminile, purtroppo ancora del tutto insufficiente.

C'è tutto, per tutti. Ciò che mancava ieri e continua a mancare oggi è invece il lettore. Per questo auspichiamo che formule e progetti, di qualsiasi tipo e da qualsiasi fonte provengano, se mirati all'accrescimento del nostro davvero vergognoso parco lettori, vengano appoggiate e favorite da coloro che hanno in mano strumenti appropriati. Sarebbe bello che insieme all'ennesima "rottamazione" chi può e chi deve pensi anche a strategie per incentivare l'acquisto di libri.

Imparare che leggere è un piacere, uno squisito, sensuale piacere è certo un'altra storia.

Ma se non diamo a tutti almeno la possibilità di aver tra le mani un libro, se non riusciamo a convincerli che leggere è un valore positivo, di cui compiacersi, non riusciremo mai neanche lontanamente a far intuire il senso di ciò di cui parlava Calvino: «Il primo vero piacere della lettura d'un

vero libro lo provai abbastanza tardi: avevo già dodici o tredici anni, e fu con Kipling, il primo e (soprattutto) il secondo Libro della Giungla. Non ricordo se ci arrivai attraverso una biblioteca scolastica o perché lo ebbi in regalo. Da allora in poi avevo qualcosa da cercare nei libri: vedere se si ripeteva quel piacere della lettura provato con Kipling».

Perché, come pensava Mondadori, non bisognerebbe mai dimenticare che c'è sempre almeno un libro per ogni buon lettore, così come dovrebbe esserci sempre un lettore per ogni buon libro.

Manuela La Ferla