

## NOVECENTO DI CARTA

Qui sotto, la copertina del nuovo saggio di Irene Piazzoni, storica di professione, che apre nuovi percorsi per comprendere le vicende del libro nel secolo appena trascorso.

PER CAPIRE UN MONDO IN COSTANTE MUTAMENTO

## LA "LUNGHISSIMA" STORIA DELL'EDITORIA NEL SECOLO DETTO "BREVE"

# IL LIBRO NON INVECCHIA

PIAZZONI INTRECCIA MIRABILMENTE LE VICENDE DI PENSATORI, SCRITTORI, IMPRENDITORI E LETTORI

di EDOARDO ESPOSITO

L'editoria del Novecento è da tempo oggetto dell'attenzione degli studiosi, sia nei suoi aspetti artigianali o di impresa, sia per il suo intrinseco carattere di informazione e di formazione, di

comunicazione e di cultura, affidato volta per volta a fogli volanti o a pubblicazioni periodiche, a libri o a dispense: in ogni caso, alla stampa su carta, che per quanto oggi insidiata e in molti casi superata dalle tecniche digitali non mostra segni né di invecchiamento né di stanchezza.

È anche un ambito che, nell'apparente semplicità del prodotto che infine ne esce, implica una serie complessa di contributi: cartiere, tipografie, distribuzione sono quotidianamente all'opera per rifornirlo, non meno delle menti che presiedono all'ideazione e all'illustrazione dei testi e di coloro che ne curano la

veste grafica, la decorazione, la pubblicità.

Se ne occupano dunque storici di varie discipline, sociologi, giornalisti, e naturalmente letterati, essendo gran parte di questa merce dedicata al *loisir*, e classificata per lo più, tradizionalmente,

come letteratura "amena". Di molti di questi aspetti avevano scritto anni fa Nicola Tranfaglia e Albertina Vittoria nella loro *Storia degli editori italiani. Dall'Unità alla fine degli anni Sessanta* (Bari-Roma, Laterza, 2000), e il periodo – coperto già per l'intero Novecento da *Un secolo di libri* di Giovanni Ragone (Torino, Einaudi, 1999) e ulteriormente analizzato negli interventi raccolti a cura di Gabriele Turi in *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea* (Firenze, Giunti, 1997) – era stato

approfondito per la seconda metà del secolo da Gian Carlo Ferretti (*Storia dell'editoria letteraria*



in Italia. 1945-2003, Torino, Einaudi, 2004). Se ne propone ora una nuova visione nel volume di Irene Piazzoni *Il Novecento dei libri* (Roma, Carocci editore, 2021), una sintesi organica che torna a un'ottica complessiva dopo che si sono succeduti vari studi sull'argomento, e opere specificamente dedicate a singole case editrici come è stato il caso della paziente e doviziosa indagine condotta da Luisa Mangoni in *Pensare i libri. La casa editrice Einaudi dagli anni Trenta agli anni Sessanta* (Torino, Bollati Boringhieri, 1999), o del volume di Ada Gigli Marchetti *Libri buoni e a buon prezzo. Le edizioni Salani (1862-1986)* (Milano, FrancoAngeli, 2011), mentre Enrico Decleva aveva licenziato per la UTET, nel 1993, il fondamentale *Arnoldo Mondadori*, ricostruendo tanto la storia di un'impresa editoriale quanto quella del suo fondatore. La stessa Piazzoni si era già misurata, del resto, su un caso analogo con il suo precedente lavoro (*Valentino Bompiani. Un editore italiano tra fascismo e dopoguerra*, Milano, LED Edizioni, 2007), né vanno dimenticate indagini e ricerche più varie svolte nel tempo, a cominciare dagli studi di Ferretti (*Il mercato delle lettere. Industria culturale e lavoro critico in Italia dagli anni Cinquanta a oggi*, Torino, Einaudi, 1979), di Alberto Cadioli (*L'industria del romanzo. L'editoria letteraria in Italia dal 1945 agli anni Ottanta*, Roma, Editori Riuniti, 1981), di Vittorio Spinazzola (*La democrazia letteraria. Saggi sul rapporto fra scrittore e lettori*, Milano, Edizioni di Comunità, 1984), e ancora di Ferretti (*L'editore Vittorini*, Torino, Einaudi, 1992; *Storia dell'informazione letteraria in Italia dalla terza pagina a Internet. 1925-2009*, con Stefano Guerriero, Milano, Feltrinelli, 2010; *Storie di uomini e libri. L'editoria letteraria italiana attraverso le sue collane*, con Giulia Iannuzzi, Roma, minimum fax, 2014), di

Roberta Cesana (*Editori e librai nell'era digitale. Dalla distribuzione tradizionale al commercio elettronico*, Milano, FrancoAngeli, 2002) e di molti altri (di Cadioli, si veda ora *Letterati editori. Attività editoriale e modelli letterari nel Novecento*, Milano, Il Saggiatore, 2017). Non sono mancati convegni e raccolte di saggi dedicate alla questione, e troppo lungo sarebbe ricordarli qui, ma precisa menzione ne troviamo nel volume di Piazzoni, e nella sua agguerrita sintesi. *Il Novecento dei libri* è, oltretutto, titolo azzeccatissimo, e che meglio del sottotitolo (*Una storia dell'editoria in Italia*) allude al taglio specifico con cui questa *storia* è stata guardata: perché non tanto vi si parla di quel genere di attività imprenditoriale che, a partire dagli anni Trenta di Arnoldo Mondadori, è andata sviluppando e perfezionando il suo apparato tecnologico e produttivo, espandendosi e coinvolgendo un numero sempre più grande di addetti e una specializzazione elevatissima dei suoi macchinari; se ne prende atto piuttosto – così come dei suoi aspetti societari e finanziari – in termini di iniziative e di organizzazione, come necessario sfondo e premessa della costruzione e diffusione di quel prodotto che davvero sembra stare a cuore all'autrice: i libri.

Di questi e del loro offrirsi come strumento ora di alta cultura e di ricerca scientifica, ora di informazione e di svago – di quel sapere e di quel piacere, insomma, che hanno scelto la pagina scritta come via di comunicazione – e del loro porsi sempre come occasione di riflessione e approfondimento, anche quando si presentano sotto le “semplici” spoglie del racconto, Piazzoni appare arguta conoscitrice, e la sua *storia* si caratterizza per il gusto e la capacità di mettere al centro del discorso le tendenze che nella progettazione e nella diffusione dei libri, nel loro proporsi come pietre miliari di un percorso da non

## UOMINI E LIBRI

Nella pagina a fianco, le copertine di alcuni saggi apparsi negli anni scorsi che hanno consentito di comprendere meglio i limiti e i pregi della cultura italiana.

### PER CAPIRE UN MONDO IN COSTANTE MUTAMENTO

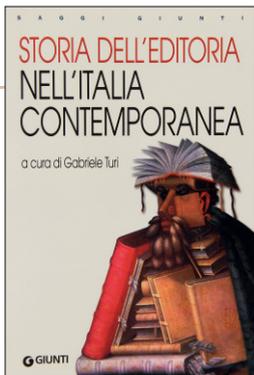
intermettere o come oggetti di cui facilitare ad ogni costo l'appropriazione, si sono via via succedute e magari imposte nel corso dei decenni. Tendenze ovviamente in relazione con gli avvenimenti socio-politici e con le fluttuazioni e i capovolgimenti di gusto e di mentalità che hanno caratterizzato il "secolo breve" (avvenimenti che Piazzoni, storica di professione, mette attentamente in rilievo), ma che non possono nemmeno prescindere dalla specificità dell'oggetto in cui si incarnano e dalla "parola" che ne costituisce il *medium*: tendenze che vorrei dunque dire "letterarie", sia pure in senso lato. È nota, del resto, l'oggettiva valenza che proprio la letteratura (in senso stretto, questa volta) ha nell'attività editoriale, anche perché – come fa notare l'autrice nella sua introduzione – «La letteratura è molto di più che "finzione" o "espressione di una individualità", del mondo interiore di un autore, letteratura è anche, sempre, una "versione" e una nozione del mondo reale» (p. 17).

Ecco dunque, all'inizio del secolo, Giovanni Laterza affidarsi a Benedetto Croce per dare stabilità a un'impresa che voleva caratterizzarsi come promotrice di cultura; e Croce, accanto alle opere che dovevano costituire solido impianto all'affermazione delle sue convinzioni filosofiche (con Laterza aveva già pubblicato nel 1902 la sua *Estetica*, e nel 1909 le prime due parti della *Filosofia dello spirito*), scegliere una collana come "Scrittori d'Italia" per fermare le basi su un patrimonio tradizionale e riconosciuto, di cui si ripercorreva la storia fornendone più sicure coordinate filologiche (e non solo: «eleganza, maneggevolezza, limpidezza tipografica e pregio della carta sono le coordinate seguite per garantire tanto la leggibilità quanto la durata», p. 69); "scrittori" di letteratura, che lo stesso Croce avviava con

la cura dei *Lirici marinisti*, ma che non escludeva gli storici, i moralisti, gli economisti, qualificandosi come collana «civile e culturale più che di belle lettere» (*ibidem*).

È il periodo «che porta alla ribalta gli "intellettuali" nella loro accezione moderna, quelli che lo schiudersi del nuovo secolo vede attivi, decisi a svolgere una funzione pubblica in ordine al discorso politico e al sistema culturale, pronti a dare il loro contributo nel determinare – come collaboratori, traduttori, consulenti, direttori di collana – gli orientamenti delle case editrici», e a dar conto «delle curiosità e delle "passioni insoddisfatte" della giovane generazione intellettuale di allora» (pp. 63-65). Ed ecco l'editore Carabba lanciare analogamente la collana filosofica "Cultura dell'Anima" e quella letteraria degli "Scrittori Nostri"; e presso vecchi e nuovi editori – sottolinea Piazzoni – affermarsi d'altra parte «uno sforzo di organizzazione teso a superare i confini dell'accademia per raggiungere, attraverso i libri oltre che alle riviste, un pubblico più vasto» (*ibidem*). La ricerca di un pubblico – da accontentare ma anche da ampliare – sarà costante nel corso del Novecento e in un'Italia che, come sappiamo, ancora oggi resta lontana dalle medie di lettura europee; e lo sforzo resterà negli editori sia per coglierne interessi e umori sia nel sollecitarne l'attenzione, vuoi con la politica del prezzo contenuto e del "tascabile", vuoi con il varo di collane variamente attrattive, dal giallo al rosa, al *noir*, alla fantascienza.

Alla fase iniziale del Novecento, e al successivo periodo pesantemente condizionato anche per i libri dalle logiche del fascismo, sono dedicati un primo capitolo (*Il laboratorio del primo Novecento*) e un secondo che si occupa degli anni del Regime, mentre i successivi allargano il discorso a transizione



postfascista e dopoguerra, agli anni Sessanta del miracolo e della contestazione, al turbolento periodo che negli ultimi decenni del secolo ci ha fatto assistere volta a volta a momenti di sviluppo e di crisi, a sforzi e anche a felici tentativi di riassetto di un mercato sempre più insidiato dall'avvento del digitale. L'attenzione dell'autrice si sofferma non solo sulle iniziative più originali e prestigiose che vengono messe in campo, ma anche sulla manualistica e sull'editoria per i ragazzi, che già all'inizio del secolo tende a svincolarsi dall'imperante «intento didascalico e moraleggiante» e a caratterizzarsi «all'insegna della fantasia, della novità e talora della trasgressione» (p. 54) e che vede nel 1973, con la *Grammatica della fantasia* di Gianni Rodari, «un libro capitale nel rovesciare la prospettiva con cui guardare al mondo dell'infanzia» (p. 325). Ai piccoli si dedicano specifiche sigle editoriali (da Bemporad, Salani, Vallardi, fino alle iniziative di Rosellina Archinto o delle Nuove Edizioni Romane) ma è un terreno che non viene affatto trascurato dalla grande industria, attenta del resto a coltivare dovunque i suoi lettori. Non viene dimenticata, in questo senso, la funzione assolta dalle testate periodiche, a volte anticipatrici di volumi in corso di stampa, o dalle dispense: Piazzoni cita come «rivoluzionaria» l'enciclopedia dei Fratelli Fabbri *Conoscere*, «organizzata per temi, mossa, divertente, colorata, audace nelle soluzioni iconografiche», che nel 1958, per

quanto concepita «per gli alunni delle elementari» (p. 194), finisce per essere «apprezzata anche da un pubblico più adulto» e a costituire uno dei luoghi in cui si riscontra il superamento della troppo facile distinzione tra cultura «alta» e cultura corrente o «popolare». Superamento cui concorrono spesso tutt'altri fattori su cui pure Piazzoni induce intelligentemente a riflettere: l'illustrazione dei volumi, ad esempio, limitata non solo alla produzione per i ragazzi, è spesso affidata a disegnatori e fotografi di prestigio («Grafica libraria e arte contemporanea dialogano in molte soluzioni», p. 255), e specie per le copertine si fa carattere di individuazione e di qualificazione, vuoi nel progetto di singole collane (linee semplici ed eleganti come per la mondadoriana «Medusa», e delicati colori pastello per i «Gettoni» einaudiani; o immagini vistose e magari rinvianti alla trasposizione cinematografica delle opere stesse per le serie più «popolari»); né va dimenticata la confezione del prodotto, la «tascabilità»: non solo, in quest'ultimo caso e ovviamente, per il prezzo, ma anche perché a volte è l'accessibilità a facilitare l'approccio a un testo (anche grazie a punti di vendita non tradizionali) che una veste più compassata di fatto intimorisce.

Piazzoni si sofferma sia sulle imprese «espresse da gruppi e partiti in funzione della lotta politica» di inizio secolo (p. 60), sia su quelle del secondo dopoguerra, «ispirate da perentorie linee ideologiche,

che tendono a dettare assi e paradigmi dell'azione culturale» (p. 151) e che variamente influiscono sulla progettualità anche degli editori più significativi (Einaudi, Editori Riuniti, Feltrinelli); ma segnala anche l'importanza di singole iniziative culturali e divulgative, dallo «slancio» delle cosiddette universali nel dopoguerra, alla politica dei premi letterari, al varo del Club degli Editori nel 1960 da parte di Mondadori; e coglie e sottolinea opportunamente i momenti di snodo e anche di crisi che il mondo della stampa attraversa nel suo complesso, dalla nascita nel '54 del Mulino, animata da «giovani intellettuali bolognesi di diversa matrice [...] sensibili a un'idea di cultura avulsa dalla tradizione crociana come da quella marxista [...] ammiratori della socialdemocrazia anglosassone» (p. 210), alla fondazione del Saggiatore nel '58 («una delle imprese di alta cultura più significative del Novecento italiano», p. 214), al varo nel '66, in casa Boringhieri, dell'*opera omnia* di Freud, nonché alle revisioni messe in campo dalla saggistica delle stesse Laterza ed Einaudi. Proprio per la saggistica gli anni Sessanta e Settanta segnano il momento più alto e proficuo, ma insieme e tuttavia è in questi anni, com'è noto, che si situa un momento di crisi, e la «contestazione», «intrecciandosi a processi di più lunga lena già affacciatisi tra 1956 e 1958, contribuisce a generare un cambio di paradigma nella storia della cultura, e così dell'editoria, italiana» (p. 259). È un crogiolo in cui si affermano nuove istanze e si inventano nuove modalità di scrittura e di diffusione della pagina scritta, ma è anche il momento del rifiuto della cultura «borghese» e, insieme, di immediata «dispersione» di ciò che si va creando; e giustamente osserva Piazzoni che tanto fermento, nonché i «dibattiti che infervorano questi ambienti, pur importanti per

tenore e portata» finiscono per restare «minoritari rispetto al *mainstream* del mercato librario coevo, che continua a vedere i trionfi della narrativa d'evasione, dei libri di storia di Montanelli, dell'informazione giornalistica di pronto uso» (p. 277). Proliferano ma si dissolvono anche rapidamente nuove collane e sigle editoriali, mentre nelle case più solide tendono a prevalere – e si affermano con il declinare del secolo – logiche manageriali più che culturali, sulle quali non è qui il caso di entrare. Non ci soffermiamo nemmeno sui cambiamenti di proprietà e su quei passaggi societari che hanno anche recentemente interessato l'editoria. Anche per questa fase, del resto e come già si è detto, non sono i dati economici e industriali, che pure non vengono dimenticati, a farsi protagonisti del discorso, ma le scelte e le tendenze che spesso singole personalità hanno saputo, con la loro intelligenza e determinazione, affermare: si parla – e avremmo dovuto qui ulteriormente parlarne – di Croce, Gobetti, Gentile, Enriques, Bazlen, Vittorini, Bertolucci, Geymonat, Calasso; si parla di filosofia e di epistemologia, di letteratura, fantasia e creatività, seguendo i percorsi della progettualità, dell'invenzione; e anche degli inventori di un marchio – Mondadori, Einaudi, Bompiani... – via via scomparsi e le cui «creature» hanno dovuto cambiare, se non il nome, certo la pelle. Del resto, non è il percorso dei singoli editori che a Piazzoni interessava seguire; il suo approccio all'editoria è di tipo sostanzialmente «culturale» e mostra piuttosto i nessi che collegano l'una opera all'altra e la ricerca che l'editoria ha saputo mettere in campo testimoniando la passione con cui gli uomini hanno cercato, attraverso i libri, di reagire al bisogno di conoscere e di orientare la propria vita.

**Edoardo Esposito**