

Bruno Pischedda,
La competizione editoriale.
Marchi e collane di vasto pubblico
nell'Italia contemporanea (1860-2020),
Roma: Carocci, 2022

Recensione di Irene Piazzoni

Un architrave di questa ricognizione di Bruno Pischedda della produzione libraria nell'Italia contemporanea è l'attenzione per l'azienda editoriale e le sue risorse economiche, in base all'assunto, mai così perentoriamente e lucidamente proposto dalla storiografia sul tema, che struttura imprenditoriale e offerta culturale siano connesse, che strategie, riconoscibilità e spazi di manovra degli editori siano determinati dalle costituzioni camerale. Mi limiterò tuttavia in questa sede a ragionare sugli aspetti più squisitamente cultural-editoriali del volume. Anche da questa sola angolatura, infatti, è arduo scegliere tra la doviziosa messe di spunti offerta dalla sua lettura, che fa sprofondare in quello che definirei un *fantasmagorico spettacolo dell'invenzione editoriale nella storia dell'Italia unita*: in altre parole, l'eroico sforzo delle imprese, e degli uomini che le animarono, per concorrere a trasformare una fetta di un popolo di analfabeti e incolti in un'accettabilmente consistente comunità di lettori moderna e inserita nel tessuto del discorso culturale internazionale, e della lotta per spartirsi un pubblico a fatica conquistato, anzi spesso 'costruito'.

Com'è noto, la ricerca scientifica sui prodotti editoriali considerati popolari o *mainstream* ha risentito – dal punto di vista non solo dei temi e degli oggetti di studio, ma anche dell'armamentario teorico – dei pregiudizi che a lungo hanno mortificato quanti hanno nutrito l'ambizione di superare i confini delle anguste cerchie dei colti dedicandosi alle collane di vasta circolazione e tutte le iniziative votate al 'mercato'. A maggior ragione è prezioso questo ampio e approfondito contributo, sia per il taglio originale che propone, ben segnalato dal titolo, sia per

le indicazioni di metodo che fornisce: nell'analisi delle collane, *fil rouge* e dispositivo ermeneutico per meglio intendere i sistemi di conquista di nuovi lettori, rientrano gli elementi che attengono alla scelta dei titoli, al loro mescolarsi e avvicinarsi, al loro ritmo di pubblicazione, al prezzo, ma anche quelli materiali e paratestuali, dal formato alla carta, dalla rilegatura alla copertina, dalle presentazioni a eventuali testi di accompagnamento, perché tutto concorre alla fisionomia del sistema collana, per posizionare la collana nel mercato e per renderla riconoscibile, affidabile e attrattiva, ma anche per dare ordine e passo, coerenza e coerenza, alle politiche editoriali. L'interesse per la veste del libro economico o semi-economico è funzionale a individuare quelle che l'autore chiama le 'strategie del gusto': dai monacali esemplari della Bur agli sgargianti Libri del Pavone, dalla sapiente messa a punto delle copertine degli Oscar all'uso 'feticistico' del libro come per Adelphi e Sellerio.

La ricostruzione indica bene gli sviluppi così come i momenti di snodo. Si parte dagli avamposti della ricerca di un lettore che sia il "Signor tutti", con Sonzogno e Treves; si sonda il passaggio del primo Novecento, quando si fanno sempre più chiari i segnali di uno slittamento da un antico 'popolare' in senso culturale e classista a un popolare trasversale, indifferenziato; si affronta il decisivo tornante degli anni tra le due guerre, in cui quella transizione si compie, mentori e strateghi Mondadori e Rizzoli per primi ma seguiti da un folto numero di sigle; fino ad approdare al dopoguerra, quando il mercato 'imbocca senza remore la via dell'interclassismo cosmopolita' (p. 237), e al cruciale momento che coincide con il lancio delle dispense e dei tascabili e con l'avvio delle grandi collane economiche di saggistica, dai 'Gabbiani' del Saggiatore alla 'Universale Laterza' e alla 'Piccola Biblioteca Einaudi'.

Al di là di questo apice del 'prodotto per tutti' c'è un riassetto lungo linee diverse: da una parte quella che cerca di appagare i bisogni di lettura e di status di una 'massa antimassa' come la chiama Bobi Bazlen, che ambisce a un prodotto più distinto (secondo il modello di Adelphi o quello di Sellerio), dall'altra quella che tenta di sfondare o il muro dei non lettori o il muro dello scarso reddito dei lettori, come le collane supereconomiche (i 'Millelire' di Stampa Alternativa e le serie approntate dalla Newton Compton) e i collaterali, cioè i libri allegati ai quotidiani e ai settimanali, fenomeno che esplose all'inizio del nuovo Millennio.

In una prima fase questa traiettoria fa perno su almeno tre direttrici (ma che si intrecciano): 1) il genere, quindi la collana dedicata e/o

settoriale (dunque la detective story, il rosa, il romanzo sentimentale, il romanzo umoristico, il romanzo d'avventura, eccetera); 2) la mescolanza, nell'assemblaggio dei titoli, tra medio e medio-alto, tra capolavori, semicapolavori e prodotti di buon artigianato letterario; 3) la letteratura contemporanea tradotta, per abbeverarsi all'estero di quello che non offre il convento italiano, cioè quel romanzo 'medio' che richiede un pubblico in via di infoltimento: non a caso nel libro è centrale la questione delle traduzioni, a cui è dedicato un capitolo "perno" e "ombelico" della cultura editoriale nell'Italia unita, intitolato *Il quarantennio delle (nuove) traduzioni*. In una seconda fase invece, e più robustamente dagli anni settanta, si aggiungerà lo sfruttamento dell'autore che tira, la politica del best seller, la segmentazione dell'offerta alla ricerca dei diversi segmenti di pubblico, e infine la crisi della collana dedicata a favore delle collane generaliste. Poi ci sono, naturalmente, la pubblicità, il marketing e tutte le accortezze distributive, di prezzo, di frequenza di uscita.

La trattazione include l'analisi di collane più sperimentali e spericolate, che tuttavia sono battistrada per imprese in cui prevalgono le ragioni di opportunità commerciale, e di collane che appaiono, piuttosto che votate al 'vasto pubblico', canonizzanti, o sofisticate, o specialistiche: la 'Biblioteca sansoniana straniera' diretta da Guido Mancacorda, la 'Biblioteca romantica' di Mondadori diretta da Giuseppe Antonio Borgese, le stesse collane della Slavia di Alfredo Polledro specializzate nelle traduzioni dei grandi scrittori russi, 'I grandi scrittori stranieri' di Utet, eccetera. Certo anche le collane che definiscono canoni sono importanti per il pubblico medio, che ha bisogno di proposte di sistemazione e che è incline ad acquisire collezioni colte nel loro presentarsi come un bene simbolico, da collocare in una biblioteca, e che per questo hanno caratteristiche di eleganza e nobiltà nel formato.

Particolarmente interessante mi pare però l'indagine su due terreni ancora non a sufficienza esplorati. Il primo è quello degli intrecci tra le collane per il vasto pubblico e altri circuiti della comunicazione e dell'industria culturale: è il caso dell'editoria musicale del secondo Ottocento (Ricordi, Lucca, Sonzogno), a cui si potrebbe aggiungere il non trascurabile comparto dell'editoria teatrale, sia per i bambini sia per i dilettanti adulti sia per il pubblico del teatro di prosa; è il caso dei transiti tra periodico e libro, come per i 'Romanzi di Novella' di Rizzoli negli anni Trenta; è il caso del gancio al chiodo del successo cinematografico, soprattutto nel momento di massimo fulgore del consumo

cinematografico, qui indagato per la collana 'Sidera' di Rizzoli e in parte negli 'Oscar Mondadori'; è il caso di collane che giocano con l'universo mediale nel suo complesso, come 'Stile libero' di Einaudi negli anni Novanta, non solo nelle trovate merceologiche del libro più videocassetta o cd, ma anche per quei titoli, pensiamo al famoso *Gioventù cannibale*, l'antologia a cura di Daniele Brolli uscita nel 1996, in cui nei contenuti e nelle forme la scrittura si abbevera alle fonti della cultura dei media, dal fumetto alla televisione. È una prospettiva di lavoro tanto ricca quanto necessaria quella che si concentra sulla sinergia tra editoria per il vasto pubblico e altri circuiti mediatici, un fenomeno che meriterebbe di essere indagato a fondo. Il secondo terreno, che a sua volta meriterebbe di essere sondato più sistematicamente, è quello dei prodotti anfibi, che 'oliano' le vie del mercato tra alto e basso: libri non libri, o periodici non periodici, seriali (dunque a loro modo predisposti in collane aperte), che spesso non sono neppure stati raccolti dalle biblioteche, la letteratura minore o generica.

In definitiva quello che si delinea è il quadro degli attori e delle modalità del processo di modernizzazione dell'editoria di un paese, al suo nascere, povero e arretrato, e che anche quando all'inizio del Novecento ha ormai irrobustito le sue strutture è sempre almeno vent'anni indietro rispetto ai più avanzati Stati Europei e agli Stati Uniti. L'autore indica alcune delle caratteristiche di tale processo. Il primo tratto forte è (oltre alla tradizionale apertura all'importazione di narrativa straniera) l'attenzione ai modelli internazionali, che spiega le figure degli editori viaggianti e l'imitazione di moduli già sperimentati altrove. Un altro è la tendenza a privilegiare il recupero anziché la scoperta, a usare il repertorio. Un terzo - che rappresenta anche il problema più grave - è il pericolo che la 'competizione', in un mercato pur sempre ristretto, si trasformi in sovrapposizione di proposte: l'individuazione di un filone promettente provoca il sovraffollamento di proposte, così che l'antagonismo finisce per diventare deleterio (come è evidente per le collane universali, o per i tascabili).

C'è un invitato di pietra nel libro che rappresenta una bella 'gatta da pelare' per chi si occupa di industria culturale in età contemporanea, ed è quel famoso vasto pubblico. Cos'è il vasto pubblico? Come si misura, e, soprattutto, è sufficiente solo misurarlo? Come lo si definisce, come se ne individuano le articolazioni, come se ne seguono le metamorfosi? E cosa ci fa dire che un certo pubblico compera quel certo libro e un altro segmento di pubblico compera quell'altro libro?

Non possono sussistere incroci e mescolanze? Insomma, il pubblico rimane un'entità piuttosto sfuggente, forse inevitabilmente sfuggente, ma mi chiedo se qualche speranza ci sia di una maggiore conoscenza dell'universo, delle pratiche, delle strade della lettura nell'Italia contemporanea, e di una più sofisticata e problematica concettualizzazione delle categorie di pubblico e di lettura.