

Constantino Bértolo,
Una poetica editoriale,
traduzione di Chiara Giordano,
Milano, Ledizioni, 2024, 137 pp.

Recensione di Andrea Palermitano

Ledizioni porta per la prima volta in Italia, grazie alla traduzione di Chiara Giordano, un libro di Constantino Bértolo, filologo, critico letterario, pubblicista di varie testate, tra cui «El País», e editore spagnolo (classe 1942). La ‘poetica editoriale’ a cui il titolo si riferisce è infatti affrontata da Bértolo attraverso le riflessioni maturate nella sua esperienza più che trentennale nel campo editoriale, accumulata prima come direttore letterario, negli anni Novanta, della casa editrice Debate e poi in quanto fondatore di Caballo de Troya, sigla editoriale parte della grande *join venture* Penguin Random House Grupo Editorial.

Il libro affianca scritti originali con interventi già usciti in varie sedi, uniti però dalle riflessioni gravitanti intorno la questione della trasmissione dei testi letterari, in passato ma soprattutto nel nostro presente. Per comprendere la posizione di Bértolo in merito è essenziale dichiararne l’orientamento politico, quello di un marxismo anticapitalista, che lo spingere a definirsi autoironicamente un «libero pensatore stalinista»: «l’ironia mi permette di dire che mi sento erede sia del ‘deve’ che dell’‘essere’ della Rivoluzione russa¹». Bértolo ha infatti curato un’antologia degli scritti di Lenin² e in un’intervista è arrivato a dichiarare di volere «seppellire la proprietà privata dei mezzi di produzione, aprire e socializzare le strade e le letture, prendere il controllo della produzione dei bisogni³». Bértolo guarda quindi all’editoria e alla letteratura

1 Constantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Milano: Ledizioni, 2024, p. 114.

2 Vladímir Illich Lenin, *Lenin. El revolucionario que no sabía demasiado*, Catarata, a cura di C. Bértolo, Madrid: Catarata, 2012.

3 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, cit., p. 130.

da una posizione apertamente militante, polemica, provocatoria e in conflitto con il sistema attuale, una prospettiva che ci parla della realtà spagnola (molti sono i riferimenti al dizionario della Real Academia Española per trarre le definizioni di termini e concetti), ma non solo.

Responsabilità dell'editore e poetica editoriale è l'intervento cardine, e anche quello più corposo, collocato in apertura al volume e in dialogo con tutti gli altri capitoli, in modo così da tracciare la traiettoria su cui si muove tutto il libro. Vengono determinate qui i compiti dell'editore e del suo lavoro, quello di selezionare i «testi privati che saranno oggetti di pubblicazione⁴», un atto di mediazione fondamentale per rendere possibile non solo la fruizione della letteratura, ma la letteratura stessa: «la Letteratura, per essere Letteratura, ha bisogno proprio di questo: di essere pubblicata⁵». Secondo Bértolo l'operazione editoriale non è quindi la semplice messa a disposizione di una forma fisica ai testi, ma un atto creativo e interpretativo che interviene e altera: «ritengo che la pubblicazione faccia parte del testo, che lo modifichi⁶». Le conclusioni a cui arriva l'autore sono le stesse a cui, da angolazioni ed esperienze diverse, è arrivato in Italia Alberto Cadioli con il concetto di «editore iperlettore⁷», di cui Bértolo arriva a fornire una definizione sorprendentemente analoga «l'editore sostituisce, sia pure provvisoriamente, quel pubblico che non c'è, lo incarna, lo rimpiazza, agisce per suo conto⁸».

L'attività editoriale nel corso della storia si è stabilizzata da un lato sulla «responsabilità di tipo spirituale, culturale e sociale⁹», dall'altra sulla responsabilità economica tipiche delle imprese. Si tratta quindi delle famigerate «due anime» oppostive dell'editoria – cultura e mercato, progetto e profitto – che da tempo sono state adottate come grimaldello critico per interpretare il mondo editoriale di ieri e oggi. Questi opposti sono essenziali nella ricostruzione di Bértolo della ricognizione storica dell'attività editoriale dalla classicità a oggi, dichiarando di non scrivere «mosso da alcuna brama di servire la Storia, bensì servendomi di essa¹⁰». Nel registrare il passaggio dall'antico regime alla modernità

4 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 9.

5 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 26.

6 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 27.

7 Cfr. Alberto Cadioli, *Le diverse pagine. Il testo letterario tra scrittore, editore, lettore*, Milano: il Saggiatore, 2012.

8 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, cit., p. 27.

9 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 11.

10 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 10.

borghese, l'autore rileva l'affermarsi di un'editoria (e una produzione letteraria) slegata dalle istanze umanistiche e rivolta a un pubblico più ampio, popolare, alla ricerca di svago e intrattenimento. Nasce così lo sdoppiamento fra cultura «alta» e «bassa», favorita da diversi fattori. La rivoluzione tecnica, la nascita di nuovi tipi di pubblico e l'allargamento del mercato, la diffusione della stampa periodica «trasformano il campo letterario e il concetto stesso di letteratura, che cessa di essere uno spazio delimitato dalla tradizione delle Belle Lettere per assumere un aspetto meno rigido¹¹». Per comprendere le condizioni attuali del sistema letterario e editoriale per Bértolo è infatti centrale la paradossalità di questa «situazione di schizofrenia, che per lungo tempo si risolve in una doppia delimitazione degli ambiti: uno legato alle culture/non culture dell'intrattenimento; l'altro legato alla cultura come tabù sacralizzato: le Belle Arti, la cultura d'élite¹²». Arrivando al presente, l'autore si concentra sull'editoria letteraria, in quanto portatrice di un progetto culturale, soggetta anch'essa ai fenomeni mercantili ma caratterizzata, secondo Bértolo, da una scala di proprietà che mette in cima non il ritorno economico, ma la responsabilità di «decidere cos'è un'opera letteraria, e decidere quali opere letterarie si vogliono immettere nel campo culturale citate [...] Nel mercato, per il mercato: la differenza fra editoria letteraria e editoria commerciale letteraria sta tutta in questo gioco di preposizione¹³».

L'autore ragiona sullo stato di salute della produzione editoriale e affronta la questione del grande numero di titoli editi in Spagna (così come in Italia e nel resto del mondo), ammonendo chi chiede una diminuzione delle pubblicazioni. L'autore evidenzia infatti come la contrazione delle uscite penalizzerebbero soprattutto le opere percepite come più deboli sul mercato, «quei testi con un maggior interesse culturale – di norma associato al rischio commerciale¹⁴». Per Bértolo ciò che conta non è quindi la quantità, ma la qualità di quanto viene edito: non basta semplicemente pubblicare meno per pubblicare meglio. Sulla composizione del pubblico registra il peso delle lettrici, che costituiscono «il segmento [...] più attivo e numeroso¹⁵», così come in Spagna sono le

11 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 15.

12 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 66.

13 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, pp. 18-19.

14 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 49.

15 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 53.

scrittrici ad affermarsi con maggiore forza. Una condizione analoga a quella italiana, come ha notato Gianni Bonina, in cui si sta distinguendo «una narrativa italiana di genere prodotta da donne e a loro destinata¹⁶». Anche se riferito alla realtà spagnola, le similarità con il nostro paese sono forti (entrambi nell'Europa meridionale, paesi cattolici e di tarda industrializzazione, pochi lettori rispetto all'Europa del Nord) e sarebbe interessante sondare se gli editori italiani confermassero l'esperienza di Bértolo in merito alla «narrativa sommersa», ovvero quella enorme mole di manoscritti giunti nelle case editrici e mai pubblicati: «riproduce e insegue i modelli trionfanti nelle classifiche dei libri più venduti [...] Per la maggior parte degli aspiranti scrittori, è come se il romanzo l'avessero inventato intorno al 1980¹⁷».

Interessanti e senza dubbio originali, grazie alla sua posizione marcatamente anticapitalista, sono le dure considerazioni di Bértolo sulla piccola editoria indipendente – di cui pure è parte –, caratterizzate da un'«ingenuo volontarismo narcisistico¹⁸», non privo di malizia perché connivente con il sistema dominante. Bértolo respinge l'idea di un'editoria indipendente «buona» in quanto «lettura socialdemocratica e moralista del sistema capitalistico che distingue tra capitalismo buono e capitalismo cattivo [...] ritiene che la coesistenza tra i due sia possibile, quando in realtà non fa che legittimare, attraverso il capitalismo buono, l'intero modo di produzione capitalistico¹⁹». L'autore non risparmia critiche alla piccola editoria, realtà a capitale familiare o personale che attraverso le ragioni della vocazione letteraria «sfrutta di più e paga di meno i collaboratori²⁰» e mette «in mostra di una serie di segni d'identità culturali fittizi²¹». Gli editori indipendenti sono inoltre accusati di conservatorismo, alla rincorsa verso la stessa direzione delle grandi case, per cui «ristampano classici e traducono autori già letterariamente affermati nella loro lingua d'origine²²» invece di rischiare con la ricerca di novità originali. Polemico, radicale e marxista, Bértolo rifiuta ogni

16 Cfr. Gianni Bonina, *Il grado zero del romance*, «Doppiozero», 31 marzo 2024, <https://www.doppiozero.com/il-grado-zero-del-romance> (ultima consultazione: 8 luglio 2024).

17 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, cit., p. 55.

18 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 56.

19 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 58.

20 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ibidem*.

21 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 69.

22 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 88.

tipo di compromesso e afferma la possibilità di un'autentica alternativa al sistema editoriale dominante solo nel «riutilizzo e nella radicalizzazione delle contraddizioni che il capitalismo avanzato porta con sé²³».

Vengono quindi affrontati il tema della costruzione del catalogo, in cui le ambizioni culturali si fronteggiano con i limiti finanziari, e delle peculiarità del prodotto libro, la cui generale imprevedibilità negli esiti commerciali spinge gli editori più oculati a investire sulla creazione di una forte identità di marca. Dalla sigla editoriale a quella delle collane, la riconoscibilità identitaria è infatti essenziale per le case editrici, soprattutto quelle di letteratura che praticano una «poetica della resistenza». È questa l'espressione di Bértolo utilizzata per indicare le case editrici letterarie che continuano oggi a contrastare con la loro offerta libraria il predominio di una «scrittura che non richieda sforzo alcuno al lettore²⁴».

L'autore si scaglia quindi contro la lettura concepita come operazione di svago, una parentesi di *otium* fra le altre attività che però spinge all'«accettazione dei valori dominanti²⁵». A preoccuparlo sono anche i dati sull'analfabetismo di ritorno, che certificano l'incapacità degli adulti scolarizzati, ma anche di molti studenti, di comprendere testi complessi. Un tema molto sentito anche in Italia, basti pensare ai diversi studi di Tullio De Mauro, e che Bértolo pone nei termini di una contaminazione culturale e linguistica veicolata da quella letteratura che non parla «di conflitti reale» e che non insegna «a non tacere, a non sottomettersi²⁶», citando un lungo passo da *Fahrenheit 451* di Ray Bradbury. «Ritengo, poi, che i brutti libri abbiano un effetto inquinante²⁷» (p. 41) afferma intransigente Bértolo, sciordinando una lunga frase dal gusto calviniano in cui sono agglutinati ma distinguibili alcuni dei titoli considerati inquinanti, tutti bestseller internazionali: *I pilastri della terra* di Ken Follett, *La cattedrale del mare* di Ildefonso Falcones, *L'ombra del vento* di Carlos Ruiz Zafón, *Uomini che odiano le donne* di Stieg Larsson, *L'alba della luna nuova* di Alfonso Forte.

La *vis* polemica di Bértolo, trasversalmente presente in tutto il libro, assume i caratteri più provocatori nel capitolo dall'eloquente titolo

23 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 70.

24 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 24.

25 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 30.

26 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, pp. 44-46.

27 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, Ivi, p. 41.

La letteratura come cadavere, in cui dichiara la morte della lettera di cui «resta il suo cadavere, e con un cadavere si possono fare buoni affari²⁸». Una condizione tipica dell'epoca postmoderna, per usare un termine ricorrente nel libro, in cui i rimasugli dell'impostazione storicamente minoritaria ed elitaria della letteratura sono stati fagocitati dal consumismo di massa. Gli accademici e gli studiosi sono abili profumatori alle prese con olii e profumi, la critica è stata svuotata per assumere le funzioni di attività promozionale e di marketing. Il relativismo di gusto e di opinione è contrabbandato, secondo Bértolo, in quanto libertà, quando invece favorisce l'egemonia del sistema capitalistico «mosso esclusivamente dalla ricerca del massimo profitto nel più breve tempo possibile e al minor costo possibile, a monopolizzare in modo quasi totalitario la poetica delle letture dominanti²⁹». Altrettanto provocatorio è l'intervento *Libri che mi hanno recato danno*, in cui invece di stilare un rassicurante elenco di libri da leggere per «essere migliori», come le élite umanistiche desideravano, passa in rassegna le opere che hanno sortito in lui «un altro tipo di danno, meno morale e più costruttivo, che colpisce la trama della nostra vita, l'immagine in costruzione restituitaci dallo specchio». Appaiono così *Le avventure di Robinson Crusoe* di Daniel Defoe come causa del suo individualismo, le *Elegie duinesi* di Rainer Maria Rilke come fonte di «una sorta di vergogna di classe difficile da sradicare³⁰» e *Così parlo Zarathustra* di Friedrich Nietzsche, la cui lettura lo ha reso «febbrile e audace, allergico alla debolezza propria e altrui, timoroso del timore, ospitale con i mascalzoni, avido d'incombenze, servile alle lusinghe, seduttore d'impertinenze³¹».

In *L'editore come critico frustrato* Bértolo ribadisce le sue definizioni di letteratura, editoria e critica, tracciando sarcasticamente una storia in cui «la Bella è la Letteratura, una delle Belle Arti, e la Bestia è il Mercato³²» e in cui a vincere è la Bestia, che obbliga editori e scrittori a diventare meccanismi di un enorme industria dell'intrattenimento in cui «il marketing entra a far parte della poetica³³». Oltre alle riflessioni più generali, l'autore mette a sistema direttamente anche la sua esperienza di editore letterario nel mercato contemporaneo, attuando una

28 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 93.

29 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 98.

30 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 120.

31 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ibidem*.

32 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 72.

33 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 83.

poetica della resistenza che, nell'impraticabilità di alternative radicali al sistema, si pone contro le logiche mercantili del profitto e dell'estetica umanistica. Attraverso la sua sigla editoriale Caballo de Troya («un laboratorio, un vivaio o una fucina³⁴») Bértolo fornisce la fisionomia della letteratura a cui è interessato, ovvero alla «cattiva letteratura» (p. 90): i romanzi distorti, la letteratura a pezzi, come «le iperboli nonsense» di Daniel Guebel e Sergio Bizzio o «il personaggio postumano e senza vita interiore» di *Opendoor* di Iosi Havilio³⁵. Irriverente, provocatoria, conflittuale, di rottura: questa è la poetica editoriale di Bértolo, che rifugge il «senso dell'umorismo» e dichiara apertamente la sua adesione al «senso del rancore³⁶», pienamente inseribile in quella che Harold Bloom battezzò - anche lui, provocatoriamente - la «Scuola del Risentimento».

Proprio sulla sua esperienza di editore si concentra il lungo dialogo con Ignacio Echevarría, in cui Bértolo confessa le frustrazioni conosciute come «critico editore» durante la direzione della casa editrice Debate (1990-2003), quando si infranse l'illusione di poter creare un'alternativa autentica: «ho dovuto accettare che i destini del mondo editoriale sono in mano a un'industria che è strutturata sull'offerta e che è da lì, cioè dal marketing, dalla promozione e dalla pubblicità, che si è obbligati a fare mercato³⁷». In questo capitolo l'autore abbandona il tono della provocazione per adottarne uno più pacato, modulato dalle riflessioni a tema autobiografico che permettono a Bértolo di offrire la sua idea a tutto tondo del fare editoria, un atto di collaborazione «alla costruzione democratica dell'idea di bene comune³⁸». Il più alto obiettivo dell'editore contemporaneo è quindi quello di permettere l'interazione dell'«istituzione letteraria con il più ampio e vasto quadro socioculturale in cui si inscrivono le nostre vite³⁹», da attuare anche, come ha fatto in Caballo de Troya, con proposte esplorative di una narrativa e letteratura non convenzionali e non compiacente con il sistema dominante.

Il volume è chiuso da un breve testo, una sorta di poesia in prosa sulle ragioni del leggere, così ampie da essere contraddittorie e oppositive

34 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 129.

35 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 89.

36 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ibidem*.

37 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 101.

38 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 102.

39 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 110.

(si legge «per non stare solo, per stare solo⁴⁰») ma che trasmette quanto siano variegati i motivi per cui ancora oggi, nonostante la pressione livellante e conformista del consumismo, sentiamo il bisogno di leggere.

Il libro di Bértolo si pone in conflitto aperto con il sistema editoriale contemporaneo, espressione del più generale regime consumistico-capitalista in cui il mercato ha colonizzato tutti gli spazi, pubblici e privati. Dichiaratamente schierato, in quanto ogni pretesa di interpretazione neutra è considerata a sostegno dell'ideologia dominante, la posizione dell'autore è certamente minoritaria e molte sue affermazioni possono risultare discutibili o non essere condivise, ma la scomodità delle sue riflessioni sono stimolanti per osservare la realtà editoriale e letteraria da un punto di vista inusuale.

In questo modo Bértolo mette in luce quei fenomeni resi ovvi e quindi invisibilizzati dal sistema e le loro deformazioni, lanciando una provocazione tesa verso un orizzonte utopistico, almeno nel futuro a noi prevedibile. Un orizzonte abitato da un nuovo sistema editoriale e letterario, postcapitalista e slegato dalle logiche di mercato, non reimpostato in chiave conservativa sull'umanesimo del vecchio regime ma autenticamente diverso. Una capacità, quella di immaginare qualcosa di radicalmente differente e sfidare lo stato corrente delle cose, che appartiene e interessa a pochi, ma può offrire a molti – editori e lettori, studiosi e critici – stimoli interessanti per interrogarsi senza compiacimento e ripieghi consolatori sul mondo di scritti e parole che ci circonda.

40 Costantino Bértolo, *Una poetica editoriale*, *Ivi*, p. 136.