

PreText

NUMERO 12 - APRILE 2020

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO

**PER FARE UN LIBRO CI VUOLE
UN ARTISTA?**

IL MONDO EDITORIALE STA DIVENTANDO SEMPRE PIU' FONTE D'ISPIRAZIONE



PreText

NUMERO 12- APRILE 2020

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO



Direttore responsabile
Direttore scientifico

Pier Luigi Vercesi
Ada Gigli Marchetti

Redazione
editing e iconografia

Maria Canella, Antonella Minetto
Michela Taloni

Comitato scientifico

Maria Luisa Betri, Luca Clerici, Silvia Frittoli
Piergaetano Marchetti, Luigi Mascilli Migliorini,
Silvia Morgana, Irene Piazzoni, Oliviero Ponte di Pino,
Elena Puccinelli, Adolfo Scotto di Luzio

Centro Studi per la Storia dell'Editoria e del Giornalismo
Corso Garibaldi 75 - 20121 Milano

@ 2020 Istituto Lombardo di Storia Contemporanea

<http://www.ilscmilano.it/>

Sede legale: Corso Garibaldi 75 - 20121 Milano - tel. 02 6575317

Registrazione Tribunale di Milano: n° 363 del 19-11-2013

Stampa: Galli Thierry stampa s.r.l. - via Caviglia 3 - 20139 Milano

@ Istituto Lombardo di Storia Contemporanea

Tutti i diritti riservati.

È vietata la riproduzione, anche parziale, a uso interno e didattico,
con qualsiasi mezzo effettuata, non autorizzata dall'editore.

L'editore rimane a disposizione per eventuali diritti sui materiali
iconografici non individuati.

PreText è scaricabile in PDF gratuitamente dai siti:

www.bookcitymilano.it

www.ilscmilano.it

Per ricevere la rivista stampata in contrassegno scrivere a:
istituto@ilscmilano.it

ISSN 2284-2659

DI QUESTO DODICESIMO NUMERO DI **PreText**
SONO STATE STAMPATE
N. 1000 COPIE NUMERATE

Copia n. di 1000

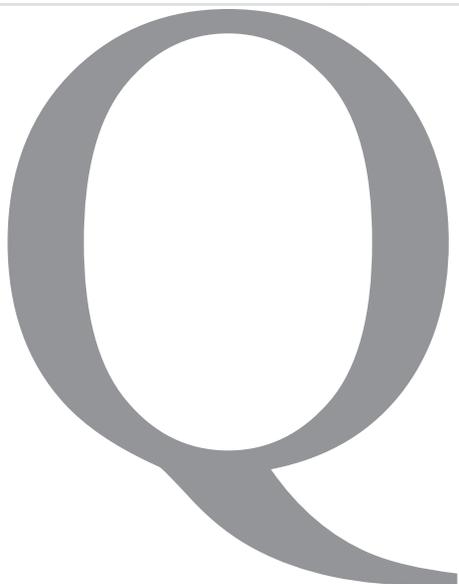


LA LETTURA AI TEMPI DEL CORONAVIRUS

SOLI, MA SENZA MALINCONIA

CHIUSI IN CASA A RIFLETTERE SUL NOSTRO DESTINO E SU QUELLO DELL'EDITORIA, LA MENTE CORRE A QUEI LIBRI DOVE IL TEMA CENTRALE È LA SOLITUDINE, FINO A QUANDO CI IMBATTIAMO NELLA STORIA DI UN UOMO CHIUSO IN UN MAGAZZINO INTERRATO A PRAGA. DA TRENTACINQUE ANNI GETTA CON IL SUO FORCONE CARTA STRACCIA IN UNA PRESSA MA, PER AMORE DEGLI AUTORI, INCORPORA IN OGNI PACCO UN LIBRO APERTO SU UNA FRASE...

di ADA GIGLI MARCHETTI e PIER LUIGI VERCESI



uesto numero di *PreText* è stato realizzato in *smart working* ai tempi del coronavirus. Ci sembra importante precisarlo perché questa esperienza “globale” ci segnerà. Mentre titolavamo gli articoli *in solitudine*, riflettevamo sul destino nostro e dei libri. La mente correva a *Cent’anni di solitudine* di Gabriel García Márquez (e anche a *L’amore ai tempi del colera*, con la variante coronavirus), a *Il labirinto della solitudine* dell’altro Nobel latino-americano Octavio Paz, per il quale «la solitudine è il fondo estremo della condizione umana [...] Tutti i nostri sforzi tendono ad annullare la solitudine». Pensavamo al malinconico *Triste, solitario y final* di Osvaldo Soriano, popolato da personaggi hollywoodiani come le nostre sere davanti alla tv in attesa che il virus ci dia tregua. Evocavamo il nostalgico rimpianto incorporato nella *saudade* brasiliana, *solitudine* ereditata dai portoghesi che

hanno avuto la loro più alta espressione letteraria nel Fernando Pessoa di *Un’affollata solitudine*. Fino a soffermarci sul più recente romanzo d’esordio di Paolo Giordano, *La solitudine dei numeri primi*, e sul bellissimo saggio di Lina Bolzoni dedicato all’arte di leggere nell’Europa moderna intitolato, non a caso, *Una meravigliosa solitudine*. La chiave di lettura per comprendere come siamo entrati nell’era “solitaria” del Covid-19, però, ci è parso di trovarla in un libro di Bohumil Hrabal: *Una solitudine troppo rumorosa*. È la storia di un uomo che a Praga, in un magazzino interrato, da 35 anni inforca carta e libri che nessuno vuole più e li getta in una pressa per essere trasformati in paralelepipedi compatti. «Pacchi di libri accatastati fin sopra le sponde, carichi interi che finivano direttamente al macero, senza che neppure una pagina imbrattasse occhi umani o mani o cervello umani o cuore». Ma Hanta, questo è il suo nome, ama troppo i libri e in ogni pacco ne imprigiona uno aperto su una frase, un pensiero. La sua vita scorre così, nella solitudine

DICEVAMO TROPPO SPESSO: IL MONDO STA CAMBIANDO. ECCO, ORA È DAVVERO CAMBIATO

troppo rumorosa di continui monologhi con gli autori che incontra. Il suo stile di vita è però messo a rischio a causa della modernità e dei cambiamenti... Il finale scegliamocelo noi, se vogliamo, consapevoli, ma senza per questo immalinconirci, dell’ineguagliabile verso di Salvatore Quasimodo: «Ognuno sta solo sul cuor della terra / trafitto da un raggio di sole: / ed è subito sera».



SOMMARIO - PreText n. 12 - Aprile 2020



10 / Paolo Costa
La dittatura di Google

14 / Oliviero Ponte di Pino
Profumo di carta stampata

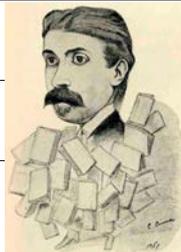
24 / Giuseppe Laterza
Passione per la libertà

34 / Elisabetta Sgarbi con Eugenio Lio
Perché nasce un editore

44 / Gianni Oliva
Rocco e i suoi consulenti

50 / Gian Arturo Ferrari
Come diventammo lettori

56 / C. Carotti, P. Caccia
Per fare sogni di carta



62 / Ambrogio Borsani
La seduzione del libro

68 / Matteo Vacchini
Il richiamo dell'America

76 / Antonio Calabrò
Un faro per Palermo

82 / Giancarlo Tartaglia
Memorie del giornalismo

86 / Ludina Barzini
Barzini fotoreporter

94 / Danilo De Biasio
"Onde" di trasformazione

100 / Maria Canella
Verso una nuova patria





4



108 / Sabina Ciuffini
Storia di uno qualunque

114 / Silvia Valisa
Il Secolo torna alla luce

118 / Carlo Alberto Broschi
Anatomia del cretino

122 / Giulia Alonzo
Lettore, ti coinvolgerò

128 / Ilaria Fazzini
Lettere dal manicomio

132 / Daniela Saresella
Autarchia culturale?

138 / Marco Mocchetti
L'anima del commercio



5

1. Giuseppe e Alessandro Laterza (art. a pag. 24)
2. Manifesto per la XXXII Fiera del Libro di Zamora, Spagna, 2017 (art. a pag. 62)
3. Reportage dal Marocco di Luigi Barzini (art. a pag. 86)
4. Il maestro Antonio La Cava e il suo Bibliomotocarro: porta libri ai bambini della Basilicata (art. a pag. 14)
5. Cartellone del film tratto dal romanzo di Fruttero e Lucentini *La donna della domenica* (art. a pag. 118)

L'INGANNO DELL'USABILITÀ

Nella pagina a fianco,
Il doppio segreto di René Magritte,
olio su tela, 1927.

LEGGERE AL TEMPO DEI MOTORI DI RICERCA

SIAMO SCRITTORI O COPYWRITER? L'EQUIVOCO DELLA "FORMA LEGGIBILE"

LA DITTATURA DI GOOGLE

L'OSSESSIONE PER UNA SCRITTURA CHE NON FACCI PENSARE CONTAGIA L'ESPERIENZA LETTERARIA

di PAOLO COSTA

N*on farmi pensare* recita il titolo di un fortunato manuale di Steve Krug del 2000 (*Don't make me think. Un approccio di buon senso all'usabilità web e mobile*, pubblicato in Italia nel 2001 e riedito più volte). Krug è un consulente che si occupa di usabilità, ossia della capacità di un artefatto di interagire con l'utente in modo facile e soddisfacente dal punto di vista dell'utente stesso. Quando parliamo di artefatti, non ci riferiamo esclusivamente a oggetti. Il principio di usabilità tende ad applicarsi, in senso lato, anche a servizi, applicazioni, processi, codici e testi. Anche un testo, dunque, può essere valutato in base alla sua usabilità. Ed è questo il punto su cui tornerò più avanti.

L'usabilità si misura nel contesto dell'esperienza, la quale è fatta di almeno tre dimensioni: una di tipo pragmatico-funzionale (l'artefatto risponde agli scopi per cui è stato progettato, senza creare problemi), una seconda di tipo estetico (la relazione con l'arte-

fatto genera sensazioni piacevoli) e infine una terza dimensione di tipo simbolico (nell'artefatto è riconoscibile un valore identitario e sociale). Perché, dunque, *non farmi pensare*? Perché – sostiene Krug – la soddisfazione nasce quando l'esperienza dell'artefatto è autoesplicativa, tale cioè da non richiedere uno sforzo cognitivo particolare. Un'esperienza che, proprio per questo motivo, ci fa sentire all'altezza della sfida. L'usabilità di un artefatto dipende, in questo senso, dalla sua *affordance*. Con tale espressione inglese, difficile da rendere nella nostra lingua, intendiamo nella psicologia della percezione la capacità della cosa di suggerire le azioni che con essa si possono compiere: osservo un bicchiere e capisco che posso usarlo per bere.

Non cogito, ergo (felix) sum. Seguendo il ragionamento di Krug, insomma, meno dobbiamo pensare, più ci convinciamo della nostra intelligenza di utenti. Detto altrimenti: per sentirci intelligenti, abbiamo bisogno di artefatti usabili. Chiusure abbia provato

la frustrazione del *bricoleur* davanti alle misteriche istruzioni di montaggio di un noto produttore di mobili svedese, sa di



cosa stiamo parlando. Insieme al sentimento dell'adeguatezza, il fallimento alimenta la convinzione della nostra stupidità. Viceversa, come ci sentiamo intelligenti, quando riusciamo a portare a termine la nostra missione – reperire un'informazione, prenotare un servizio, acquistare un prodotto – con una sequenza di semplici clic, grazie alle usabilissime app che equipaggiano il nostro smartphone!

Diventare stupidi, a furia di non pensare. È dunque questo il prezzo che dobbiamo pagare per sentirci intelligenti? Forse metterla in questi termini è fin troppo provocatorio. Tuttavia il rischio di trovarci in una condizione paradossale esiste. In un certo senso siamo prigionieri di un circolo vizioso nel quale il livello di soddisfazione generato dall'esperienza è correlato all'intorpidimento cognitivo che quella stessa esperienza produce.

Ma veniamo all'usabilità dei testi e, nello specifico, di quelli che popolano gli ecosistemi digitali: siti, applicazioni, piattaforme. Se il concetto di usabilità è familiare a chi si occupa di design, non c'è dubbio che il paradigma digitale lo abbia reso pervasivo, fino a imporlo nel linguaggio comune. Il riferimento per ogni paragone è Apple, che ha costruito su questo principio il proprio straordinario successo. In termini di usabilità, i prodotti e i servizi col marchio della Mela godono della migliore reputazione, ancorché non sempre meritata. In ogni modo tutti si preoccupano, in misura addirittura ossessiva, dell'usabilità delle esperienze digitali. E anche la scrittura finisce per soggiacere al medesimo imperativo.

In questo caso parliamo di leggibilità, ossia della

qualità di ciò che può essere letto e compreso senza fatica. Verrebbe da dire: ciò che può essere letto senza imporre uno

sfuerzo cognitivo particolare, ossia senza pensare troppo. La leggibilità ha una dimensione semantica (“tratturo” è meno comprensibile di “sentiero”, benché i due sostantivi siano sinonimi) e una dimensione sintattica (la frase “stanco è Carlo” è meno comprensibile di “Carlo è stanco”, a causa dell'anteposizione del predicato al soggetto e quindi dello sconvolgimento dell'ordine delle parole atteso dal lettore).

Essere leggibili secondo Google. La leggibilità della scrittura per il web – che è una parte importante del mondo digitale – è sottoposta al giudizio di un magistrato che tutto vede e tutto valuta: Google Search. Per determinare il valore di ciascun documento indicizzato e quindi assegnare ad esso un punteggio ai fini del suo posizionamento fra i risultati nelle ricerche (*ranking*), il motore di ricerca più popolare del mondo considera infatti alcuni segnali relativi al comportamento dell'utente. Fra di essi ci sono il tempo speso dall'utente sul documento e il tasso di rimbalzo (*bounce rate*). Quest'ultimo consiste nel rapporto, espresso in percentuale, fra numero totale di visite e rimbalzi. A sua volta il rimbalzo è la visita che si esaurisce con la visualizzazione di un solo documento da parte dell'utente, senza altre richieste. Ebbene, le più diffuse linee guida di copywriting per il web suggeriscono l'idea che testi più leggibili garantiscano migliori prestazioni in termini di tasso di rimbalzo e di tempo speso dall'utente, e che dunque la leggibilità abbia un impatto positivo sul posizionamento nelle ricerche del singolo documento e dell'intero sito.

PAROLE MAGICHE

Nella pagina a fianco, una vignetta che rappresenta il SEO Copywriting: promette di aumentare la visibilità di un sito web, raggiungendo più clienti.

LEGGERE AL TEMPO DEI MOTORI DI RICERCA

La leggibilità diventa un fattore ancora più importante, nella misura in cui si diffondono le ricerche vocali, effettuate cioè mediante interfacce come Google Assistant, Siri, Alexa e Cortana, le quali traducono le richieste formulate a voce dall'utente in input per la ricerca («Ok, Google. Qual è il migliore ristorante di pesce nei paraggi, aperto questa sera?»). Gli algoritmi di Google Search come Hummingbird (introdotto nel 2013), RankBrain (2015) e BERT (2019, per ora operativo solo negli Stati Uniti) hanno progressivamente potenziato la capacità del motore di ricerca di premiare la leggibilità dei documenti indicizzati.

Chi scrive per il web dovrebbe dunque tenere conto dei fattori che determinano la leggibilità di un testo. Tralasciando ovviamente gli aspetti di natura grafica (carattere, corpo, colore e interlinea), gli indicatori di leggibilità più utilizzati per il web copywriting sono la presenza di elementi linguistici – quali pronomi, particelle avverbiali e connettivi – capaci di produrre coerenza testuale, la lunghezza dei periodi (è raccomandabile che i periodi con oltre 20 parole non superino il 25% del totale), la lunghezza dei paragrafi (meglio stare sotto le 150 parole), l'assenza di anafore e l'uso limitato della forma passiva nei predicati verbali.

Per verificare la leggibilità di un testo destinato al web si può applicare ad esso la formula di Flesch, che calcola il numero medio di sillabe per parola e il numero medio di parole per frase, attribuendo al testo stesso un punteggio da 0 (leggibilità minima) a 100 (leggibilità massima). I manuali suggeriscono che un testo per il web non debba totalizzare un punteggio inferiore a 60, corrispondente a un linguaggio facilmente comprensibile per un lettore di 13-15 anni. La scrittura orientata alla SEO (*Search Engine Optimization*, “ottimizzazione per i motori

di ricerca”) si serve di strumenti di controllo che indirizzano le scelte autoriali, uniformandole agli standard attesi. Fra i più popolari ci sono Yoast SEO, Rank Math e SEOPress, utilizzati quotidianamente da milioni di utenti.

Le seduzioni della Forma Leggibile. Conformarsi a questi dettami, scommettendo sulla ridotta o minima disponibilità del lettore a impegnarsi in un esercizio di comprensione che accetti le sfide del testo, implica un sacrificio enorme. Significa sottomettere le ragioni espressive a quelle della ricercabilità, umiliare le possibilità connotative offerte dalla lingua e in definitiva anestetizzare ogni tensione stilistica e formale. Scrivere per il web in questa prospettiva comporta il rischio dell'appiattimento e dell'omologazione. È la nascita di una nuova dittatura, che io chiamo paradigma della Forma Leggibile. Intendiamoci: non pavento il pericolo di una Rete schiacciata su un'unica forma. Internet, e il web in modo specifico, sta forse cambiando alcune caratteristiche della lingua scritta, ma questo non significa che esista una lingua di Internet. Anzi, come un numero crescente di ricerche si è incaricato di confermare (si veda, per esempio, *L'italiano e la rete, le reti per l'italiano*, a cura di Giuseppe Patota e Fabio Rossi, Firenze, Accademia della Crusca, 2018), la Rete è linguisticamente eterogenea e si caratterizza per fenomeni contraddittori. Simultaneità, giustapposizione, dispersione e brevità – che una fin troppo facile generalizzazione suggerisce come le cifre della scrittura online – si accompagnano a profondità, gerarchia, densità e lunghezza. Internet è un contenitore di ambienti diversi, ciascuno portatore della propria varietà funzionale, sociale e linguistica.

Si assiste semmai a un altro fenomeno. La Forma Leggibile si offre come un'ipotesi seducente per la



letteratura: periodi brevi, prevalenza della paratassi sull'ipotassi, frasi nominali, lessico di base. Si fa strada l'idea di una letteratura "leggibile", capace di superare le forche caudine di Google Search o il test di Flesch. Una letteratura che non ci fa pensare, ma ci fa sentire intelligenti proprio in quanto esclude dal proprio orizzonte il rischio del fallimento insito in ogni sforzo cognitivo. È questa una letteratura che, per dirla con Roland Barthes, perde definitivamente il suo scontro con la realtà e conduce la scrittura nelle secche del «grado zero», ossia la riduce a «una forma priva di retaggio» (*Il grado zero della scrittura*, Milano, Lerici Editori, 1960; ed. or. 1953).

Oltre la funzione comunicativa. Se si trattasse solo di comunicare qualcosa, il paradigma della Forma Leggibile sarebbe applicabile anche alla letteratura. Ma la funzione precipua della letteratura non è di natura comunicativa. Lo scopo della letteratura è provocare uno sforzo conoscitivo da parte del lettore attraverso quello che Viktor Šklovskij chiamava «procedimento di straniamento», mostrandogli il mondo al di fuori delle associazioni consuete, «come se lo vedesse per la prima volta» (*Teoria della prosa*, Torino, Einaudi, 1976; ed. or. 1925). Così si esprime Šklovskij, mirabilmente: «L'arte, secondo me, è fondata sulla verifica ininterrotta del mondo, e per attuare questa verifica noi fondiamo parallelamente al mondo, come di riflesso, un'altra realtà, mettendo a confronto l'eterogeneità della nostra sensazione e della nostra esperienza con le strutture artificiali dell'arte, nitide ma al tempo stesso vaghe» (*ibidem*). L'equivoco della Forma Leggibile consiste nel ritenere risolto il rapporto dialettico fra il mondo (indicibile) e le strutture artificiali del linguaggio (facol-

tà di dire). Laddove la letteratura si fonda proprio sul riconoscimento di una resistenza della

realtà al linguaggio, di un differenziale che dev'essere in qualche modo difeso. La forma letteraria usa lo strumento linguistico per segnalarci sempre questo differenziale. Esso è lo spazio in cui si insinua il lettore, con il suo contributo. Al lettore spetta gran parte del lavoro. Pensare di rendergli la vita più facile, sgombrando il terreno dalla fatica e dal rischio del fallimento, significa annullare la funzione protettiva e conoscitiva della letteratura. Di questo arretramento della letteratura, «assediata dall'impero dei media, dalla vacuità della comunicazione, dalla degradazione del linguaggio», parlava già Giulio Ferroni alcuni anni fa nel suo *Scritture a perdere. La letteratura negli anni zero* (Roma-Bari, Laterza, 2010). L'ipotesi che formulo è quella di un ulteriore arretramento, causato dalla resa della letteratura al paradigma della Forma Leggibile. Certo, si tratta di un'ipotesi che andrebbe verificata empiricamente, caso per caso, senza generalizzare. Fra gli autori "leggibili" mi vengono in mente anche esempi di successo come quelli di Alessandro Robecchi, Ilaria Tuti, Chiara Gamberale e Alessandro Baricco. Sospetto che il fenomeno si manifesti con particolare evidenza in Italia, mentre altre tradizioni dimostrano una insperata vitalità (penso, in particolare, agli Stati Uniti e al Sud America). Ripeto: è solo un'ipotesi. Ma se come tale fosse confermata, ci porterebbe a concludere che la cultura digitale sta contribuendo ad alimentare una grande regressione, quella della progressiva trasformazione della letteratura in copywriting. Può l'umanità tollerare una simile perdita?

Paolo Costa

IL PARNASO AMBULANTE

Nella pagina a fianco, il maestro Antonio La Cava e il suo Bibliomotocarro, con il quale porta libri ai bambini della Basilicata.

FETICISMO LIBRARIO

ALCUNE COSE CHE SI POSSONO FARE CON I LIBRI NEL VENTUNESIMO SECOLO

PROFUMO DI CARTA STAMPATA

OGGETTI "LIBRIFICATI", L'"ODORE" DEI TOMI... E INIZIATIVE PER PORTARE "A SPASSO" LA LETTURA

di OLIVIERO PONTE DI PINO

Fino a una ventina d'anni fa, leggere un libro era considerata in genere un'attività nobile, solitaria, formativa. Ma anche noiosa, perché spesso legata a un dovere mal sopportato: lo studio, l'aggiornamento professionale, o peggio ancora il manuale d'istruzioni da compulsare disperati in caso di *défaillance* del nuovo elettrodomestico... Là dove invece prevaleva il principio del piacere, la lettura si degradava a passatempo peccaminoso: questo stupefacente da donnicciole romantiche veniva accomunato a forme d'intrattenimento popolari (o plebee) come il teatro, il ballo liscio, le bande e la musica leggera, i fumetti, il cinema di serie B, la tv... Per non parlare della volgarità degli oroscopi e degli almanacchi!

Quando è arrivata la Rete, i profeti del nuovo hanno iniziato a relegare il libro tra i reperti archeologici. I tempi nuovi l'avrebbero spazzato via e allora viva l'ipertestualità, l'intermedialità, l'ipermedialità, la

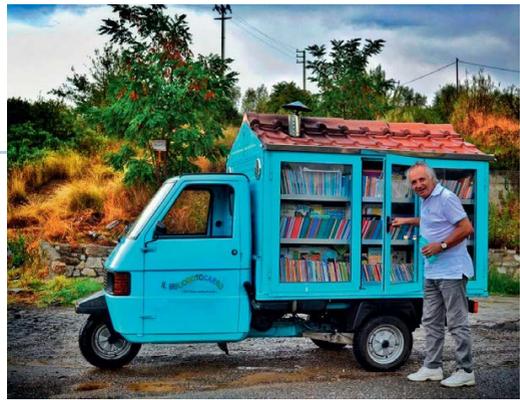
transmedialità! E poi gli eBook e gli eventi e lo *storytelling*... Nei paladini del libro, l'insicurezza di fronte a questo declino annunciato ha ispirato due reazioni. Da un lato la difesa a oltranza del libro, richiamandosi al suo glorioso passato, alla sua sacralità: del resto, non si parla di "religioni del libro"? Dall'altro è esplosa la necessità di ibridare il libro con le forme della modernità e della post modernità digitale, per rilanciarlo e reinventarlo, a cominciare dalle pratiche del *social reading*. L'obiettivo primario di questa schizofrenia creativa è stata la diffusione (o la difesa) della pratica della lettura di libri di carta.

Per invogliare a leggere, la prima opzione è recuperare l'aura che i nuovi supporti non possono avere. Si tratta di rendere i libri oggetti preziosi, unici. Si moltiplicano così i "libri d'artista", e anche le mostre e le monografie dedicate ai libri d'artista (si veda a tal proposito il mio articolo *Libri liberi d'inventare*, in *PreText*, n. 1, novembre 2013, pp. 10-15).

Una seconda strada è la personalizzazione dei volumi, a partire dalle esigenze del cliente. Ai tempi di Aldo Manuzio, agli albori dell'età della stampa, sui banchi dei librai non si vendevano i volumi confezionati, ma fogli stesi da piegare e rilegare. La scelta e quindi il costo della confezione erano appannaggio dell'acquirente, che avrebbe così uniformato il nuovo acquisto alla sua biblioteca. Questa usanza è durata a lungo. Alla fine del Novecento alcuni editori particolarmente raffinati non rifilavano i volumi: toccava al lettore, armato di tagliacarte, emancipare le pagine dai sedicesimi, trentaduesimi, sessantaquattresimi per renderle leggibili. Era un'operazione che si poteva fare preventivamente, oppure man mano che procedeva la lettura, in una pratica venata di sadismo.

Ancor oggi c'è chi offre copertine personalizzate. In America Latina hanno seguito una via artigianale, con le *editoriales cartoneras*, case editrici indipendenti che usano il cartone riciclato per realizzare e diffondere libri a basso costo, decorando a mano le copertine con tempere multicolori. Dall'Argentina, dove nel 2003 è nata Eloísa Cartonera, il modello si è replicato e oggi ne esistono circa trecento in tutto il mondo: «Riportano i libri alla strada, è una cosa che si è persa negli ultimi decenni», ha spiegato Ignacio Cuevas a *Internazionale*. In Italia ZonaFranca Casa Editrice di Cartone con sede a Lucca, propone copertine dipinte e composte a mano «come ci hanno insegnato in Guardia Vieja a Buenos Aires», racconta la fondatrice Franca Severini.

La personalizzazione può sfruttare anche le nuove tecnologie. Nel 2006 la casa editrice inglese Penguin, nota per la cura che dedica all'aspetto grafico dei libri, ha pubblicato diversi classici con la copertina completamente bianca, e l'indicazione che l'acquirente poteva disegnare la propria: la serie "My



Penguin" venne lanciata con lo slogan *We print the words, you do the covers*, ovvero "Noi stampiamo le parole, voi fate le copertine". Il "grafico fai da te" poteva inviare la sua copertina alla casa editrice che l'avrebbe pubblicata sul proprio sito.

Ormai è possibile intervenire anche sull'interno dei volumi, con un servizio che crea libri *ad personam*: diverse case editrici, grazie al *print-on-demand*, sono in grado di personalizzare le singole copie dei libri che stampano, con la possibilità di inserire il nome del proprietario in copertina, di aggiungere una dedica, di modificare la quarta di copertina, eccetera. A quel punto la Espresso Book Machine è in grado di stampare e rilegare un libro in formato tascabile. Lanciata nel 2008 dall'azienda americana On Demand Books, è stata considerata una delle invenzioni dell'anno dal settimanale *Time*. Per stampare e rilegare un volume di 300 pagine con copertina cartonata, impiega circa tre minuti. Nel 2009 ha stretto un accordo con Google.

L'oggetto libro si valorizza anche con sofisticati accessori di design. Si moltiplicano le lampadine per leggere senza disturbare il compagno o la compagna di letto, che russa lì accanto. Siccome è ritenuto oltraggioso stuprare l'integrità dell'oggetto facendo un'orecchietta all'angolo della pagina per ricordarci fin dove eravamo arrivati, eccoci invasi da segnalibri più o meno preziosi, più o meno ironici.

Tornando all'aura, l'elemento più volatile della materialità di un oggetto è il suo odore. Nel 2009 un

ARCHITETTURA E DESIGN

Nella pagina a fianco,
Booklamp e, a destra, un esterno
della biblioteca di Kansas City.

FETICISMO LIBRARIO

gruppo di ricercatori britannici e sloveni, utilizzando un metodo di analisi non distruttivo, è riuscito a identificare l'aroma della carta "stagionata", che combinerebbe «note erbose con un pizzico di acidità e un accenno di vaniglia sopra un fondo di muffosità». Secondo Matija Strlič, della University College di Londra, la ricerca «potrebbe fornire un aiuto prezioso agli archivi e alle biblioteche per la conservazione e il restauro di volumi pubblicati tra il XIX e il XX secolo» (M. Strlič, J. Thomas, T. Trafela, L. Cséfalvayová, I. Kralj Cigić, J. Kolar, M. Cassar, *Material Degradomics: On the Smell of Old Books*, in *Analytical Chemistry*, 81 (20), 2009, pp. 8617-8622). A partire da competenze scientifiche di questo tenore, sono nati diversi progetti commerciali: se l'aura ha un valore, qualcuno sarà disposto a pagarla, per esempio i frequentatori di pagine Facebook "Amanti dell'odore dei libri nuovi" o "Sniffatori di libri". *Smell of Books*TM, in commercio dal 2009, è uno spray da applicare agli eBook reader: consente a chi usa Kindle e iPad di «avere il meglio dei due mondi, la comodità dell'eBook e l'amato profumo dei libri di carta». *Paper Passion* è un profumo creato da Geza Schoen e Gerhard Steidl con la rivista *Wallpaper**. Mescola tredici diverse fragranze per ottenere l'odore della carta e viene venduto dall'editore Steidl con un *packaging* a forma di libro ideato da Karl Lagerfeld, che in occasione del lancio ha sentenziato: «L'odore dei libri è il migliore del mondo».

Chi invece proprio non sopporta l'odore della carta e l'aura dei libri, può ricorrere a *Eau de Pro*, il profumo che emana la confezione di un MacBook Pro appena aperta, a base di essenze di gomma, plastica, alluminio e carta, creato nel 2009 da tre giovani artisti australiani, Gavin Bell, Jarrah de Kuijer e Simon McGlenn, con la consulenza dei

laboratori francesi di Air Aroma. Hanno spiegato: «Per replicare l'odore, un nuovo prodotto Apple è stato inviato al nostro laboratorio in Francia. Da lì, i produttori professionali di profumo hanno analizzato l'aroma presente all'apertura del prodotto per realizzare dei campioni di fragranza. Terminata l'operazione, il laptop è stato rimandato in Australia, viaggiando per oltre 50.000 chilometri e mantenendo il profumo di un MacBook Pro nuovo». La fragranza, che non risulta essere stata messa in commercio, avrebbe vinto il Most Materialistic Consumers of Consumer Goods Ever.

I nostri mono e bilocali sono sempre più striminziti e non troviamo più spazio per gli scaffali, ma grazie al filtro rigenerante della Pop Art il fantasma del libro infesta lo spazio casalingo. Ai suoi tempi Mallarmé aveva scoperto che ogni cosa esisteva per finire in un libro. Per il design e il marketing del nuovo millennio, invece, qualunque oggetto deve diventare un libro, o meglio deve travestirsi da libro. Vengono "librificati" con l'immagine di una copertina (o con un'adeguata citazione) borsette, tazze e tazzine, cuscini, accendini e naturalmente t-shirt e shopper. Possiamo leggere alla luce di lampade e abat-jour a forma di libro, comodamente seduti su arredi fatti di libri come la poltrona di Richard Hutten o la panchina Jacqueline le Bleu.

La "librificazione" degli oggetti può assumere valenza politica. Nelle manifestazioni di piazza del 2010-2012, gli scudi di gommapiuma colorati usati per difendersi pacificamente dalle forze dell'ordine erano decorati con il titolo (e a volte l'autore) di un libro. Così protetti, i *book bloc* si raggruppavano in "testuggini" simili a quelle formate dai legionari romani. Questi scudi in forma di libro sono stati usati per la prima volta il 23 novembre 2010, durante una manifestazione contro il governo Berlusconi.



Il termine è stato coniato dal collettivo di autori Wu Ming per differenziare questi militanti dai black bloc, assai più aggressivi, che si nascondono dietro passamontagna e caschi neri. La scelta dei titoli è ovviamente indicativa dei gusti e delle tendenze ideologiche di chi li indossa (e forse delle sue letture). Facebook e il sito UniRiot.org hanno stilato una classifica dei titoli preferiti dai *book bloc*: ai primi posti *La volontà di sapere* di Foucault, *1984* di Orwell, *Il cavaliere inesistente* di Calvino, *L'origine delle specie* di Darwin, *Noi saremo tutto* di Evangelisti, *l'Etica* di Spinoza, *Fahrenheit 451* di Bradbury, *Fight Club* di Palahniuk, *Il dottor Živago* di Pasternak, *In ogni caso nessun rimorso* di Cacucci.

Il libro non diventa solo un simulacro domestico, ma anche un feticcio urbanistico. Il paesaggio metropolitano viene colonizzato dal libro e dai suoi derivati. Una tendenza dell'architettura contemporanea, che porta il nome enigmistico di *archi(type)ture*, utilizza elementi tipografici per la decorazione di esterni e interni e per l'arredo urbano. Le decorazioni possono essere statiche (bidimensionali, in rilievo o tridimensionali), oppure dinamiche, attraverso l'impiego di schermi e proiezioni. Le *Typographic Tree Columns* sono "colonne di alberi tipografiche" che ornano la sala di lettura della biblioteca pubblica di Crawley, nel Sussex occidentale, riaperta nel 2009 dopo una lunga ristrutturazione curata dallo studio inglese Why Not Associates (Andy Altmann, David Ellis e Howard Greenhalgh, con l'artista Gordon Young): il soffitto è sostenuto da tronchi d'albero sui quali sono stati incisi versi celebri, finemente cesellati in caratteri diversi. La biblioteca di Kansas City, nello Stato del Missouri, dal 2004 presenta sulla facciata le copertine di alcu-

ni dei titoli più letti al mondo, su progetto di Dimensional Innovations: grazie a pannelli alti più di 7 metri, realizzati in mylar (un film di polietilene tereftalato che rimane trasparente e resistente nel tempo), le coste di enormi libri delimitano l'edificio e il parcheggio, dando l'idea di lasciare l'automobile sopra un'enorme mensola. La parte centrale dei libri fa filtrare la luce all'interno grazie a una sottostuttura in alluminio con finestre in plexiglass trasparente. L'iniziativa ha portato alla nascita della Community Bookshelf, attraverso cui i cittadini hanno scelto: i due volumi delle *Storie di Kansas City*, *La Repubblica* di Platone, *Romeo e Giulietta* di Shakespeare, *Cent'anni di solitudine* di García Márquez, *Il Racconto di due città* di Dickens, *Il buio oltre la siepe* di Harper Lee o *Comma 22* di Heller, oltre a diversi titoli per bambini e ragazzi. Chi non dispone di architetti e designer, può ricorrere ai *writers*: in varie città del mondo, le facciate di alcuni edifici diventano giganteschi scaffali, grazie ai murales con le coste dei best seller preferiti dai condomini.

Per fortuna c'è chi continua a lottare per diffondere i libri e il loro valore d'uso. Se l'imperativo è portare il libro ovunque, soprattutto dove mancano biblioteche e librerie, il fine giustifica il mezzo (di trasporto). Il modello è il classico bibliobus: da decenni, spesso in collaborazione con le biblioteche pubbliche, autobus appositamente attrezzati compiono la loro missione in zone marginali e disagiate. Curioso è il caso della Bicycle Library, un classico bus a due piani londinese trasformato dal fashion designer Karta Healy in biblioteca tematica dedicata alla bicicletta, con un bibliotecario in grado di dare consigli pratici e offrire in prestito biciclette di sette tipologie diverse per un giro di prova.

Dopo Londra, è stata avvistata a Berlino.

Ispirato da un gioco di parole, l'artista argentino Raul Lemesoff ha trasformato una vecchia e verde Ford Falcon del 1979 (simbolo dei sequestri e dei soprusi della dittatura militare) in un finto carro armato, con tanto di torretta e di cannone, pronto a "sparare" cultura: è una «arma d'istruzione di massa» contro l'ignoranza, con cui Lemesoff percorre le strade di Buenos Aires e di tutta l'Argentina per regalare libri, in particolare ai ragazzi, trasportando oltre 900 volumi nei diversi scomparti. «Attacco la gente in un modo molto piacevole e divertente», spiega. Ha trovato il sostegno della 7UP, produttrice della famosa bevanda, che ha realizzato un video promozionale per la campagna #FeelsGoodToBeYou.

Alcuni tassisti palestinesi hanno installato all'interno delle loro autovetture piccole biblioteche: durante il tragitto i passeggeri possono leggere testi di vario genere, dai capolavori della letteratura ai libri per bambini: *Bastet Ibda'a* (ovvero "venditori di creatività") all'inizio del 2013 coinvolgeva circa 300 tassisti nelle aree di Ramallah, Nablus, Hebron e Jenin. Un passeggero, Muhammad Anaen, ha commentato: «Mi pare un'iniziativa eccellente. Il cliente può leggere lungo il tragitto, così non parla al conducente che guida con maggiore sicurezza. E i passeggeri apprezzeranno il percorso» (english.alarabiya.net).

Strumento particolarmente versatile di mobilità letteraria è la gloriosa Ape. L'ex maestro Antonio La Cava, pensionato nel 1999 dopo 42 anni di insegnamento, ha voluto riavvicinare i bambini e i loro genitori al piacere della lettura grazie al Bibliomotocarro (acquistato nel 2003). Con una portata di 700 volumi, distribuisce libri gratis ai bambini tra i 3 e i 13 anni in zone della Basilicata dove non esistono librerie o biblioteche: «Come cittadino e come ma-



estro mi amareggiava l'idea di invecchiare in un paese di non lettori. Perché è questo un rischio che corriamo. Il Bibliomotocarro nasce per richiamare l'attenzione su questo pericolo: non possiamo fare a meno della gioia, dell'attualità, della forza di un libro. Al netto dell'insostituibile presenza delle nuove tecnologie, che sono fondamentali per capire il senso del mondo. [...] L'umiltà del mezzo, la semplicità della proposta e poi anche questa lentezza danno un ulteriore elemento di piacevolezza, un senso di umanità perduta» (*la Repubblica*, 7 aprile 2014). Dopo aver percorso centinaia di migliaia di chilometri, nel 2018 Antonio La Cava è stato nominato Commendatore della Repubblica dal presidente Sergio Mattarella.

A Porto Cesareo, in provincia di Lecce, Elisa Mantonì, esperta di letteratura per l'infanzia, e Vincenzo Covelli, librario, narratore e burattinaio, hanno lanciato BiblioApeCar, ovvero un Piaggio Ape Car P2 pieno di volumi, con l'obiettivo di «offrire un servizio al mondo della scuola: animazioni alla lettura, consulenze bibliografiche, prestito librario, formazione e informazione. Portare i libri tra le fasce più povere della popolazione; portare i libri bilingue ai bambini delle principali comunità di immigrati re-

sidenti in città al fine di favorire la loro integrazione», con l'insegna «Fatti pungere dalla voglia di leggere» (biblioapecar.it).

Fabio Guidi, ex venditore di bibite all'ingrosso e ora libraio *on the road*, visita i mercati di Firenze e dintorni con la sua Farmalibreria, un furgone che consegna (su richiesta) libri a domicilio. Sulla sua t-shirt si legge «Spaccio libri e DVD stupefacenti», ma «libri e DVD» è scritto in carattere molto piccolo: «Mi piace pensare che certi libri siano come medicine: curano» (la Repubblica, 29 agosto 2008).

Dal 1953 tra le 24.000 isole dell'arcipelago di Stoccolma naviga una *floating library*, la Bokbåten, con un carico di 3.000 libri e un assortimento sempre aggiornato; la crociera deve interrompersi durante l'inverno, quando la baia gela e i volumi vengono immagazzinati nella biblioteca comunale di Norrtälje, in attesa del disgelo.

Là dove non possono spingersi i motori, arrivano gli animali. Massimo Montanari, "esperto asinaro", educatore e guida alpina della società Aria aperta, raggiunge biblioteche, scuole, piazze e parchi con il progetto *Asino chi legge*, con i libri sul dorso del somaro. Lucia Pignatelli e Mauro Acquaviva propongono il Biblioasino e il Narraraglio, incontri di avvicinamento all'asino, alla lettura, alla narrazione e ai servizi bibliotecari in compagnia dell'asino Serafino e dei suoi amici asini (biblioasino.blogspot.com). A La Gloria, un comune della Colombia, è possibile incontrare Alfa e Beto, due asini che distribuiscono libri: Biblioburro è la biblioteca itinerante ideata da Luís Soriano, ovvero "el Profesor", che diede inizio a questa attività alla fine degli anni Novanta. Soriano aveva contattato lo scrittore Juan Gossaín, chiedendogli di distribuire il suo romanzo *La balada de María Abdala*, dopo averlo sentito leggere alcuni brani alla radio. Il pubblico della tra-



smissione gli donò numerosi volumi, il direttore di una biblioteca pubblica di Santa Marta (distante 290 chilometri da La Gloria) offrì al Profesor un contratto come dipendente di una sezione distaccata per sostenere la sua "missione". La vicenda ha ispirato un libro, *Biblioburro. A True Story from Colombia* di Jeanette Winter (Simon & Schuster, 2010), e il documentario di Carlos Rendón Zipagauta trasmesso dalla PBS nel 2011.

In Kenya a diventare "biblioteche viventi" sono stati i cammelli, grazie al Kenya National Library Service. Il servizio è pensato per le popolazioni nomadi che vivono nelle desolate province di Garissa e Wajir, al confine con la Somalia. Rashid Mohamed Farah, che perlustra la savana alla ricerca di lettori con la Camel Mobile Library, ha spiegato alla BBC: «Una normale biblioteca non funzionerebbe da queste parti. I libri devono muoversi come la gente, a dorso di un cammello». Quattro carovane, ciascuna composta da tre cammelli (che trasportano ciascuno due bauli contenenti oltre 400 tomi), partono all'alba, dal lunedì al giovedì, verso gli accampamenti dei pastori, secondo un calendario concordato con le comunità nomadi. In un territorio in cui l'85% della popolazione adulta è analfabeta, «ogni bambino può chiedere in prestito un paio di libri per due settimane».

LA CARICA DEI LETTORI

Nella pagina a fianco, i *book bloc*: si raggruppano in “testuggini” simili a quelle formate dai legionari romani.

Questi scudi in forma di libro sono stati usati per la prima volta il 23 novembre 2010.

FETICISMO LIBRARIO

ne; quando avrà finito di leggerli dovrà restituirli e in cambio potrà richiederne altri; distribuiamo gratuitamente volumi illustrati, favole, storie per ragazzi, ma anche grammatiche e libri scolastici. Tutti i volumi sono appositamente selezionati per le comunità di nomadi, con l’obiettivo di invogliare i bambini alla lettura. Ai più giovani insegniamo a leggere e a fare di conto. Rispettando la loro cultura e le loro tradizioni». Anche la storia di questa biblioteca itinerante è diventata un libro, *La biblioteca sul cammello* di Masha Hamilton (Garzanti, 2007), che racconta di Fiona Sweeney, una bibliotecaria di Brooklyn che decise di andare in Kenya per lavorare alla biblioteca itinerante.

I libri invadono anche gli spazi metropolitani, in maniera più discreta rispetto al gigantismo della *archi(type)ture*. Ispirate al *bookcrossing* e alle modalità di condivisione social, si sono diffuse le Corner Libraries, microbiblioteche “di guerriglia” alte poco più di un metro e con tetto spiovente, protette da un lucchetto e con istruzioni affisse alla porta. Sono state ideate nel 2011 da Colin McMullan, che le ha sistemate in alcuni punti strategici di New York, per «soddisfare il bisogno di condividere la passione per la lettura, scambiarsi libri e riviste, [...] stimolare la socializzazione dei quartieri partendo da un buon libro» (*Sette*, 4 agosto 2011).

Il modello ha trovato imprevedibili declinazioni. A Berlino, al Prenzlauer Berg, è nato il Bücherwald (ovvero il “bosco dei libri”), un giardino pubblico dove volumi destinati al *bookcrossing* sono sistemati in nicchie scavate nel tronco degli alberi e protetti da una tendina di plastica trasparente.

La sede della biblioteca di Westbury-sub-Mendip è la tradizionale cabina telefonica rossa britannica: dismessa da British Telecom, è stata acquistata dagli abitanti di questo villaggio del Somerset per una

sterlina; altre 29 sterline sono state necessarie per arredare il locale, mentre i volumi sono stati offerti gratuitamente. Anche John H. Locke utilizza le cabine telefoniche di Manhattan: in pochi secondi installa uno scaffale (di sua progettazione), ci sistema sopra dei libri e trasforma la cabina telefonica in una mini-biblioteca.

Dove non ci sono cabine telefoniche, si riciclano i frigoriferi. Accade a Vitinia, un piccolo quartiere a sud di Roma, dove c’è il FrigoBook, frutto del dibattito del gruppo di quartiere creato su Facebook: stanchi di vivere in strade invase da rifiuti ingombranti, hanno trasformato uno dei tanti frigoriferi abbandonati sul ciglio della strada in uno scaffale per i libri da sistemare in un parchetto per bambini. Mario Pericolini, presidente del Comitato di quartiere, racconta: «Vitinia è circondata dal verde, ma non ha aree verdi sue. Così abbiamo completamente sistemato uno degli ingressi che portano alla Riserva naturale statale del litorale romano. L’abbiamo ripulito, aggiunto la segnaletica, inaugurato le ciclo-passeggiate, abbiamo posizionato una panchina interamente costruita da noi cittadini e vicino alla panchina è arrivato anche il FrigoBook, un frigorifero che è stato verniciato e riempito di libri, soprattutto dedicati alla natura. È rimasto lì per diversi giorni e adesso un nuovo FrigoBook è stato posizionato in piazza, a due passi da un parchetto». L’idea è nata anche in Serbia, dove la frigo-biblioteca si chiama Knjižider (da *knjiga*, “libro”, e *frižider*, “frigorifero”) ed è posizionata in spiaggia.

Un’alternativa (*for profit*) alle *corner libraries* (*non profit*) sono i distributori automatici di libri, che hanno una storia lunga quasi due secoli. Il prototipo venne ideato nel 1822 da un libraio inglese, Richard Carlile, per cercare di aggirare i



meccanismi della censura: la macchina permetteva di vendere i libri senza che il libraio entrasse in contatto con i clienti, che dovevano solo inserire il denaro, selezionare l'opera "sovversiva" e ritirare la copia. Il primo moderno distributore di libri fu installato a Londra nel 1937 da Allen Lane, fondatore della casa editrice Penguin Books nonché inventore dei moderni tascabili: il Penguincubator, posizionato in stazioni, biblioteche e strade, consentiva di acquistare un libro al prezzo di un pacchetto di sigarette.

Tra i discendenti del Penguincubator, i *dispenser* di BooksActually, una libreria indipendente che li ha collocati al National Museum of Singapore e al Singapore Visitor Centre. I distributori, del costo di 10.000 dollari circa e decorati da artisti e illustratori, contengono 20-22 titoli; il catalogo viene aggiornato ogni due, quattro o sei settimane. A Umatilla, in Florida, per acquistare i libri dal distributore della scuola elementare, i bambini devono inserire i Bulldog Bucks, ovvero le "monete bulldog" con cui le maestre premiano gli allievi più meritevoli. L'idea di Susan Caldwell, un'insegnante specializzata nei media, è stata accolta dai colleghi, che hanno deciso di svuotare la macchinetta di snack e bevande zuccherate, per riempirla di libri. Molti volumi sono stati donati dalle famiglie, gli altri sono stati comperati dal personale scolastico oppure acquisiti tramite donazioni e durante la fiera del libro della scuola.

Un modello di distributore (gratuito) di mini-libri sono stati i juke-box letterari di Subway Letteratura (curata da Davide Franzini e Oliviero Ponte di Pino), che nel corso degli anni ha distribuito

nella metropolitana di Milano e di altre città diversi milioni di copie dei racconti di autori e autrici under 35, ai quali

veniva chiesto di indicare (oltre al titolo) anche il genere letterario e il numero di fermate necessario a leggere il loro testo. Nelle ultime edizioni, le copie cartacee sono state sostituite da racconti digitali scaricabili tramite QuarkCode.

A Grenoble, in Francia, il sindaco ha reso meno fastidiosa l'attesa dei mezzi pubblici installando alle fermate dell'autobus i Short Story Dispenser, distributori di storie e racconti stampati all'istante. Christophe Sibieude, il cofondatore della start-up che si è occupata dell'iniziativa, ha raccontato: «Davanti a un distributore automatico di merendine e bibite, ci è venuto in mente che avremmo potuto fare la stessa cosa con letteratura popolare di qualità, per riempire questi piccoli momenti improduttivi». Per godere di questa alternativa cartacea allo smartphone, basta schiacciare uno dei tre bottoni che selezionano i tempi di lettura (1, 3 o 5 minuti) e viene stampato una sorta di scontrino (che può arrivare anche a un metro di lunghezza). L'idea «è pubblicare racconti o poesie che si leggono in meno di venti minuti», spiega Quentin Pleplé, uno dei fondatori della piattaforma editoriale francese Short Édition che ha inventato i *dispenser* in grado di erogare 500.000 *micro-nouvelles* di 16.000 autori tra debuttanti e classici, i quali ricevono un compenso per ogni storia stampata. Sono stati installati 150 distributori in Francia (anche all'aeroporto Charles De Gaulle) e una ventina negli Usa, fra cui il primo nel *Cafe Zoetrope* del regista Francis Ford Coppola a San Francisco.

SOMARO CHI LEGGE

Biblioburro, la biblioteca itinerante ideata da Luís Soriano in Colombia.



Malgrado questi lodevoli sforzi, i libri “fisici” rischiano l’estinzione. C’è chi pensa di smantellare le tradizionali biblioteche. Nella contea di Bexar, in Texas, il 14 settembre 2013 è stata inaugurata la prima (e per ora unica) biblioteca pubblica senza libri, con circa 10.000 titoli per un budget iniziale di 250.000 dollari. Al giudice Nelson Wolff, che ha guidato il progetto, l’ispirazione è arrivata dalla biografia di Steve Jobs scritta da Walter Isaacson: «Se volete avere un’idea, sarà come entrare in un Apple Store», ha spiegato.

La digitalizzazione dei volumi cartacei non è tuttavia esente da problemi. Google Books ha digitalizzato con grande rapidità milioni di volumi, e miliardi di pagine. Nel corso del procedimento, gli errori sono inevitabili; a causa della dimensione del progetto e della velocità con cui viene condotto, è impossibile una puntuale procedura di verifica e correzione. Sono dunque numerose le pagine in cui compaiono errori: il più comune è la presenza della mano dell’operatore che sta girando le pagine, magari inguainata in un guanto da chirurgo. *The Art of Google Books* è una pagina del social network Tumblr che raccoglie le pagine dei libri digitalizzati e messi in Rete dal progetto Google Books che presentano errori e curiosità di vario tipo (theartofgooglebooks.tumblr.com).

Come ha dimostrato Umberto Eco riflettendo sulla *labilità dei supporti*, la carta – in apparenza così fragile, facile preda del fuoco, dell’acqua, della sua stessa acidità, delle muffe, dell’appetito dell’*anobium punctatum* – ha un’aspettativa di vita superiore a quella dei moderni microfilm o dischetti, ma anche dei modernissimi file, destinati a diventare obsoleti man mano che le nuove

tecnologie spodestano le vecchie. Allora meglio continuare a leggere, restando consapevoli che nulla è eterno.

Armata di questa consapevolezza, la casa editrice argentina Eterna Cadencia, in collaborazione con l’agenzia Draft, ha presentato alla Fiera del Libro di Buenos Aires del 2009 un’antologia di giovani scrittori, *El futuro no es nuestro*, a cura del peruviano Diego Trelles Paz: lanciato con lo slogan «Un libro che non può aspettare», il volume è stampato con un inchiostro fucsia che svanisce dopo un certo periodo (due mesi al massimo), lasciando nelle mani dell’acquirente un quaderno bianco. Più semplice e metaforica la soluzione del maestro dell’horror giapponese Koji Suzuki. Nel 2009 ha pubblicato il suo racconto *Drop*, ambientato in un bagno pubblico, su un rotolo di carta igienica e lo ha messo in vendita per 210 yen (circa 1 euro e 60 centesimi). Il racconto occupa 90 centimetri e può essere letto in pochi minuti.

Resta valida l’antica soluzione rivitalizzata dagli “uomini libro” di *Fahrenheit 451*: imparare i libri a memoria. È quello che chiede di fare il regista Tiago Rodrigues nel suo *By Heart*: chiama dieci spettatori sul palco e chiede loro di imparare a memoria il *Sonetto numero 30* di Shakespeare, quello tradotto da Pasternak in russo: un atto d’amore per la letteratura, per l’apprendimento e per la trasmissione orale.

Oliviero Ponte di Pino



E^{dit}o^{ri}

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO

L'IMPEGNO LIBERALE

Qui sotto, Giuseppe Laterza e Zygmunt Bauman. Nella pagina a fianco, Giovanni Laterza con Benedetto Croce.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - I

LATERZA, LIBRI DALLA PUGLIA
CON VOCAZIONE EUROPEA

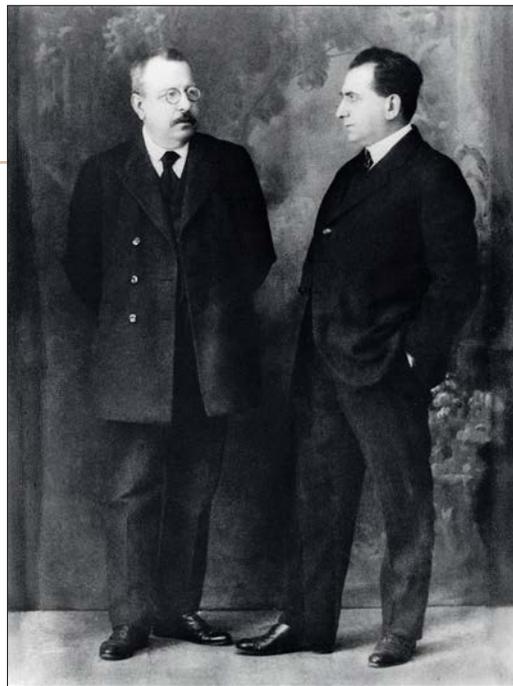
PASSIONE PER LA LIBERTÀ

MORTO CROCE, SI AVVERTÌ LA NECESSITÀ
DI APRIRSI A UN PLURALISMO DI ISPIRAZIONI
INTELLETTUALI SENZA MAI RINUNCIARE
ALL'INDIPENDENZA POLITICA E CULTURALE

di GIUSEPPE LATERZA



Libertà intellettuale
 «Caro Laterza, mi permetto di espor-
 Le un mio caso senza nessuna reti-
 cenza (La prego per questo di tenere
 unicamente per sé i particolari della
 lettera). Una mia commedia, *La governante*, che
 credo abbia qualche pregio letterario e che pia-
 ceva a tre compagnie che avrebbero voluto reci-
 tarla subito, è stata proibita dalla censura. Le as-
 sicuro che la commedia è scritta in modo che non
 possa scandalizzare nessuno. Ma la censura de-
 mocraticristiana è diventata ormai di una protervia
 senza limiti. Ha proibito *La Mandragola*, e tutte
 le commedie moderne francesi, ecc. Io volevo
 pubblicare la commedia, riproducendo la pagina
 in cui la censura ha messo il suo bollo di divieto,
 riproducendo anche il frontespizio della *Mandra-
 gola* con lo stesso bollo (ne ho una fotografia) e
 facendo seguire il testo della commedia da un ve-
 ro e proprio *pamphlet* contro la censura che aves-
 se l'eleganza e il colore del *pamphlet* classico. Il
 mio editore Bompiani però ha preteso che io fa-
 cessi dei tagli nella parte del *pamphlet* che attacca
 il neo Ministero della Cultura, e l'editore Einaudi
 che facessi quegli stessi tagli più altri nella parte
 in cui si attacca il comunismo. Erano tutti e due
 pronti a pubblicare commedia e *pamphlet* in tren-
 ta giorni, come io chiedevo e come Le chiederei
 perché il ferro bisogna batterlo mentre è caldo. Ma
 io non ho voluto spostare una virgola. Ora mi ri-
 volgo a Lei. So che le tradizioni della sua Casa
 sono forse troppo alte e severe per una pubblica-
 zione letteraria di questo genere; ma Lei è il solo
 editore liberale, indipendente dal Governo democ-
 ristiano e dal sottogoverno comunista. Mi sentirei
 veramente onorato di poter pubblicare *La gover-
 nante* e il *pamphlet* con Lei, in un volume avvolto



nella fascetta: “vietato dalla censura”. Vuole ri-
 spondermi con cortese sollecitudine? Molti cor-
 diali saluti, dal suo Vitaliano Brancati» (*Laterza.
 Un secolo di libri. 1885-1985, 1989*).

La lettera di Brancati è datata 2 marzo 1952. Mio
 padre accoglie la proposta e il libro intitolato *Ri-
 torno alla censura* esce nell'autunno di quell'an-
 no. Cinque anni dopo un giovane storico inglese
 scrive alla casa editrice chiedendo l'autorizzazio-
 ne a inserire due citazioni in una storia dell'Italia
 unita che sta per pubblicare con un editore ame-
 ricano. Non pensa che la sua opera possa interes-
 sare a qualcuno dei venti editori italiani a cui ha
 scritto, perché scrivendo «il libro si è rivolto a un
 pubblico anglosassone che conosceva assai poco
 della storia italiana dopo il Risorgimento...». L'uni-
 co editore che risponde chiedendo di vedere il
 testo è Laterza, che decide di pubblicarlo in lingua
 italiana. Nasce così la collaborazione con Denis
 Mack Smith, con la storia d'Italia più venduta do-
 po quella di Montanelli. Una collaborazione che
 dura più di trent'anni, nonostante le aspre critiche

FIUTO PER I TITOLI

In queste pagine, le copertine di alcuni libri di successo dell'editore Laterza: spesso la loro pubblicazione fu una sfida.

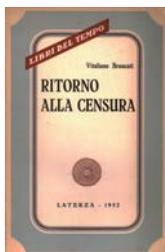
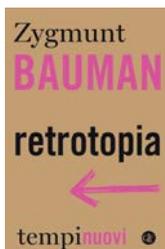
EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - I

che l'opera dello storico di Oxford suscitata da parte di molti storici italiani, compresi alcuni prestigiosi autori della casa editrice come Rosario Romeo.

I due episodi mostrano una caratteristica essenziale della casa editrice, la sua libertà di orientamento culturale e politico.

Quando nel 1952 muore Benedetto Croce, fondatore intellettuale della Laterza, mio padre è appena entrato in redazione, dopo aver concluso i suoi studi a Firenze sotto la guida di un grande storico della filosofia, Eugenio Garin. Non gli ci vuole molto per rendersi conto che la casa editrice per mantenere il suo ruolo nella cultura italiana deve uscire dalla stretta osservanza al pensiero crociano e aprirsi a un pluralismo di ispirazioni intellettuali.

È così che, negli anni Cinquanta, avviene un cambiamento rilevante nell'impresa nata nel 1885 ad opera di cinque fratelli originari di Putignano, popoloso comune dell'entroterra barese. Un cambiamento che però non riguarda i principi fondativi: la formazione della classe dirigente, la coerenza del rigore intellettuale e l'autonomia da qualunque potere costituito. Una funzione "politica" ben descritta da Garin: «Dopo il '25, di fronte all'agonia di quell'Italia liberale che era la sua Italia, Croce, ancora una volta, attraverso l'organizzazione di una casa editrice ormai di primo piano, incide di nuovo a fondo nella storia del proprio paese, esercitando una grande funzione "politica". Attraverso la cooperazione di Giovanni Laterza, difende un patrimonio di cultura; conserva



aperta una circolazione di idee; forma su una linea precisa un fronte di resistenza intellettuale; offre alle scuole e agli educatori libri senza menzogne, seri, validi. La stessa misura ne permette la diffusione e l'efficacia» (*Editori italiani tra Ottocento e Novecento*, 1991).

Nei due episodi sopra citati l'autonomia della casa editrice si esplica in maniera evidente: nel caso di Brancati nei confronti del potere politico, nel caso di Mack Smith di quello accademico.

E questo non certo perché Laterza sia un editore "antisistema".

Impegno civile e pluralismo delle idee

Non si trattava, ieri come oggi, di praticare una improbabile neutralità: lo si vede già nel 1951, quando mio padre lancia la collana dei "Libri del tempo". I temi della corruzione e della laicità, del Mezzogiorno e della giustizia, del malgoverno e dei "padroni del vapore" sono affrontati da autori i cui nomi rivelano passioni civili forti e opinioni radicali: da Ernesto Rossi a Piero Calamandrei, da Gaetano Salvemini a Danilo Dolci, da Arturo Carlo Jemolo a Paolo Sylos Labini, da Leonardo Sciascia ad Anna Maria Ortese... Sono saggisti ma anche scrittori "impegnati" come si sarebbe detto un tempo, che decidono di pubblicare con un editore di *non-fiction* o di «roba grave», come raccomandò Benedetto Croce a Giovanni Laterza in una lettera del 4 giugno 1902: «Caro Laterza, trovai l'altro ieri a Milano le bozze, che spedii subito al Sig. Okey;



e le impaginate, che ho corretto e vi ho rimandato stamattina. Nella settimana entrante riceverete la Prefazione, gl'indici, il frontespizio, ecc. Il volume sarebbe già uscito, se non ci fossero stati ritardi nel marzo e nell'aprile. Quanto alle novelle del Gorki, son di parere che non si debbano comprendere nella stessa biblioteca. Credo poi che fareste bene ad astenervi almeno dall'accettare libri di romanzi, novelle e letteratura amena: e ciò per comparire come editore con una fisionomia determinata: ossia come editore di libri politici, storici, di storia artistica, di filosofia, ecc: editore di roba grave. Vi prego di mandarmi una cinquantina di copie del manifesto dell'opera. Quanto all'elenco delle copie da spedirsi, me l'intenderò col Nitti, e cominceremo insieme l'elenco che riceverete nella settimana entrante. Se il Nitti vi ha già dato un elenco, vogliate comunicarmelo subito. Molti saluti dal Vostro Benedetto Croce».

Croce aveva idee chiare sulla configurazione della casa editrice. Idee che ne costruirono una «fisionomia determinata» e che a volte impedirono di sfruttare qualche filone redditizio, come quando avendo venduto bene il primo libro di Freud in Italia *Totem e tabù* (che Croce impose di pubblicare nella collana degli "Studi religiosi, iniziatici ed esoterici") Giovanni Laterza propose al filosofo di pubblicarne altri dello stesso autore, ricavandone un secco rifiuto.

La frequentazione degli scrittori, iniziata negli anni Cinquanta con i libri di Bianciardi e Cassola

e di Scotellaro, oltre ai già citati Sciascia e Ortese, riprende più di recente quando nel 2004 nasce "Contromano" (e poi nel 2017 la serie "Storie di questo mondo"). Si tratta in questo caso di reportage di attualità, dedicati per lo più a città raccontate da scrittori all'epoca "emergenti", da Giuseppe Culicchia a Mauro Covacich, da Francesco Piccolo a Gianrico Carofiglio. Una collana sul filo tra saggistica e letteratura, cronaca e finzione, che ottiene subito un straordinario successo: alcuni dei suoi libri vendono molto di più dei precedenti libri di narrativa dello stesso scrittore. A riprova che il mercato sta cambiando. Il lettore forte ancor più di prima è onnivoro e vuole essere stupito, spiazzato nelle scelte editoriali anche di una casa editrice per alcuni versi tradizionale come Laterza. E lo spiazzamento non riguarda solo i contenuti: i Novanta sono anche anni di un deciso rinnovamento nella grafica delle collane. Grazie al talento di una disegnatrice immaginifica come Fausta Orecchio e di una art director sensibile come Lyda Alari, la casa editrice trova un nuovo segno grafico più omogeneo ed efficace. In quegli stessi anni con la collana "Robinson" si decide per la prima volta di aprire uno spazio editoriale totalmente libero nei contenuti e nella grafica, per intercettare un pubblico più ampio. E ci si riesce: sono gli anni in cui diventano bestseller, tra gli altri, titoli come *Etica per un figlio* di Fernando Savater (1992) e *Camici e pigiama*, forte denuncia delle storture della sanità italiana di Paolo Corna-

L'INNOVAZIONE CONTINUA

In questa pagina: altri titoli di successo di Laterza.

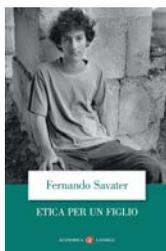
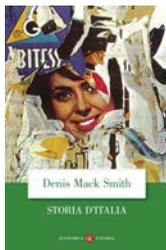
Nella pagina a fianco: Giuseppe e Alessandro Laterza; sotto, lezioni di Storia Festival al Teatro Petruzzelli di Bari.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - I

glia Ferraris, uscito nel 1999.

L'impegno civile della casa editrice trova una manifestazione eclatante nel 1968, quando, in conseguenza dei movimenti studenteschi in Italia e altrove, nasce la collana "Tempi nuovi". Si assiste allora a un fenomeno che non si ripeterà più in seguito: nel giro di due anni la collana ospita 32 titoli nuovi! Per citarne solo alcuni: *Strategia del Potere Negro* di Carmichael e Hamilton, *La fine dell'utopia* di Herbert Marcuse, *Lotta di classe e razzismo* di James Boggs, *Guatemala, una rivoluzione in lingua Maya* di Eduardo Galeano, *Praga 1968* di Jan Čech, *Le voci degli hippies* di Jerry Hopkins, *La rivoluzione culturale in Cina* di Joan Violet Robinson e *Israele senza sionisti. Una proposta per la pace in Medio Oriente* di Uri Avnery, oltre che le raccolte dei documenti delle rivolte universitarie a Parigi e in Italia, delle poesie africane di rivolta, delle lettere dei vescovi dell'America Latina...

In quegli anni anche la redazione di Laterza è in fermento. Quasi tutti i redattori sono comunisti, molti impegnati politicamente nel PCI e nel sindacato. Ogni libro è l'occasione per una discussione, l'idea è che la casa editrice sia un fronte di militanza intellettuale in una fase che si immagina produrrà grandi cambiamenti. Mio padre, che si è sempre considerato un liberale progressista, in quegli anni guarda però con grande interesse ad alcuni intellettuali vicini al PCI e ai dirigenti del Partito più vicini a posizioni socialdemocratiche, a partire da Giorgio Napolitano, di cui Laterza pubblica nel 1976



una *Intervista sul PCI* curata da Hobsbawm e nel 2005 l'autobiografia.

Come in passato, tuttavia, anche in quel periodo Laterza continua a pubblicare autori con idee assai diverse tra loro: nel 1961 esce *Il Sud nella storia d'Italia* di Rosario Villari, studioso da sempre vicino al PCI e nel 1959 *Risorgimento e capitalismo* di Rosario Romeo contrario ad ogni apertura di credito nei confronti della democraticità del Partito comunista. Eppure quegli studiosi convivevano nella stessa casa editrice (e spesso si ritrovavano a cena insieme nella casa romana dei miei genitori). Una convivenza consentita dalla reciproca stima scientifica, ma anche da una comune radice liberale e cultura storicistica.

D'altronde la libertà della casa editrice nelle sue scelte editoriali non si manifesta solo nella pubblicazione degli autori più noti. Nel 1957 Edio Vallini, un ex operaio milanese militante nel PCI, propone a mio padre un libro, *Operai del Nord*, che racconta la vita di fabbrica, descrivendo un sindacato sempre più lontano dalle esigenze dei suoi iscritti. Vallini – che nei mesi precedenti per le sue posizioni è sta-

to emarginato dalla CGIL e sospeso da *l'Unità* – si rivolge a Laterza perché, pur non conoscendo personalmente l'editore, lo ritiene libero da ogni condizionamento politico. Mio padre legge il manoscritto e decide di pubblicarlo.

Così come trentacinque anni dopo, nel novembre del 1991, decide di pubblicare un libro di Gianni Barbacetto ed Elio Veltri intitolato *Milano degli scandali*, che documenta attraverso gli atti proces-

suali le vicende di corruzione che pochi mesi dopo diverranno note come Tangentopoli. Stefano Rodotà, all'epoca presidente del PDS, ha accettato di scrivere la prefazione, pur essendo coinvolti nelle vicende descritte nel libro alcuni esponenti del Partito...

Sperimentazione, educazione e mercato

Laterza resta comunque una casa editrice di catalogo, in cui un ruolo decisivo lo giocano *long seller* come la *Storia linguistica dell'Italia unita* di Tullio De Mauro del 1963 (arrivata oggi alla 25ª edizione) o la *Storia della città* di Leonardo Benevolo o la *Storia greca* di Domenico Musti o ancora *Fantasia* di Bruno Munari.

E *long seller* sono pure alcuni fortunatissimi manuali scolastici, che negli anni Sessanta inaugurarono un settore nuovo per la casa editrice: la *Storia* di Rosario Villari e poi quella di Giardina, Sabbatucci e Vidotto, la *Filosofia* di Adorno, Gregory e Verra, la *Letteratura* di Salinari e Ricci.

La presenza di un forte settore scolastico, che si affianca alla saggistica, diventa un punto fermo della casa editrice, che le consente di superare meglio i periodi di difficoltà, gli anni in cui si fa fatica a chiudere il bilancio in pareggio. (E la gestione economica è improntata per tradizione a un criterio di prudenza e ocula-



tezza, come contrattare dell'innovazione editoriale).

Anche la produzione per la scuola risponde all'obiettivo di formazione

della classe dirigente fissato da Croce e Giovanni Laterza. Un obiettivo ambizioso e di lungo periodo, che richiede tenacia e pazienza: *constanter et non trepide*, come recita il motto laterziano. Chi gestisce la casa editrice ha sempre avuto ben chiaro che l'autonomia intellettuale è strettamente legata a quella economica: se non hai i bilanci in ordine, prima o poi finisci in pasto a un pesce più grosso...

Ma ciò non implica affatto l'indulgenza a ogni moda del mercato, anzi. Lo coglie bene Eugenio Garin quando scrive: «La mancata eco di un libro non induceva Giovanni Laterza a ripiegare senz'altro su una passiva risposta alle domande del mercato. Il dotto consigliere e l'uomo pratico tendono sempre, non tanto a soddisfare i bisogni dei più, quanto a imporre audacemente un orientamento preciso alla cultura; e tuttavia, perché quella direzione fosse così efficace,

era necessario che si commisurasse costantemente a possibilità reali, facendo i conti con le cose» (ivi).

La possibilità di sviluppo di un editore con queste caratteristiche si deve essenzialmente alla sua capacità di sperimentazione. Sono idee nuove che l'editore deve saper



STORIA CENTENARIA

In questa pagina: *Festival Economia* di Trento. A fianco: in alto, la copertina di Emma, *Bastava chiedere!*; sotto, il presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi con la moglie Franca visitano la Libreria Laterza in occasione della celebrazione dei cento anni della casa editrice (2001).

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - I

trasformare in progetti editoriali e commerciali. Spesso a partire da una coincidenza, da una occasione che bisogna saper cogliere. Così avviene ad esempio con la fortunata collana dei libri intervista. Tornando da Londra avevo portato a mio padre l'ultimo numero della *New Left Review* contenente una lunga intervista a Lucio Colletti a cura di Perry Anderson. Colletti compiva una critica radicale del marxismo in termini assai chiari e accessibili, a partire dai suoi presupposti filosofici per finire con gli esiti politici. Mio padre intuì che quel testo poteva diventare un libro, in un'epoca in cui libri-intervista non esistevano. Così l'*Intervista politico-filosofica* uscì nel 1974 suscitando una vivacissima discussione e vendendo molte copie. Questo successo spinse la casa editrice a mettere in cantiere altri libri-intervista che ebbero ottima circolazione, in virtù della loro natura al tempo stesso divulgativa e provocatoria: l'intervista sul fascismo di Renzo De Felice (1975), l'intervista sull'antifascismo di Giorgio Amendola (1976), l'intervista sul sindacato di Luciano Lama (1976), l'intervista sullo scrittore scomodo di Alberto Moravia, sul liberalismo di Dahrendorf, sul folle e il saggio di Ronald Laing, sulla musica di Luciano Berio, sulla storia di Le Goff, sulla destra in Italia di Galli Della Loggia, sull'Italia in Europa di Mario Monti, sul nuovo secolo di Eric J. Hobsbawm, solo per citarne alcune...

La lettura come capitale sociale

Come per le interviste –

un genere che poi è stato ripreso da altre case editrici –, in molti altri casi un inizio fortunato crea un filone di attività. È il caso dell'attività dei festival, che inizia quando, nel settembre del 2005, al Festival di filosofia di Modena mi stupisce la quantità di gente che va ad ascoltare le lezioni dei filosofi, anche quelli meno noti. Tornato a Roma ne parlo con Enzo Cipolletta, all'epoca nostro consigliere di amministrazione, proponendogli la possibilità di organizzare un festival di economia. A lui l'idea piace e mi mette in contatto con Lorenzo Dellai, presidente della Provincia di Trento. Nasce così nel 2006, sotto la direzione di Tito Boeri, il primo evento pubblico organizzato dalla casa editrice. Il successo dell'iniziativa è tale (*la Repubblica* titola *L'economia come un concerto rock*) da indurci a promuovere altri festival, come quello del diritto a Piacenza e, più recentemente, sulla salute globale a Padova e sulla storia a Napoli. Nel 2006 inauguriamo anche il primo ciclo delle *Lezioni di Storia* all'Auditorium di Roma con nove lezioni sui giorni memorabili nella storia della città: i mille posti della Sala Sinopoli si riempiono tutti e molte persone restano fuori... E il tutto esaurito si ripete ogni anno (anche quando introduce-

mo un biglietto) in molte altre città e in luoghi suggestivi: a Milano alla Basilica di Santa Maria delle Grazie e in alcuni grandi teatri, a Torino al Carignano, a Trieste al Verdi, a Firenze alla Pergola, a Bari al Petruzzelli, a Udine, a Genova, a Napoli... Così nasce un vero e proprio settore nella



casa editrice che denominiamo Agorà.

E oggi quando nelle nostre riunioni mensili un editor propone un progetto, la domanda ricorrente non è solo se l'autore sappia scrivere per un grande pubblico ma anche se sappia parlare a un grande pubblico! Tante volte in questi anni ho sentito criticare i festival come espressione di una "cultura dell'effimero". Una posizione che non mi convince. Così come ci sono parole dette utili e interessanti e altre vuote e banali, così possono esserlo le parole scritte. E credo che in una comunità sia fondamentale custodire il patrimonio librario attraverso una buona biblioteca e diffonderlo attraverso una buona libreria ma che tutte e due queste funzioni possono essere integrate e potenziate da eventi culturali di qualità. Non solo non c'è conflitto tra istituzioni ed eventi ma è possibile e virtuosa la compresenza delle due cose. Una dimostrazione di ciò è l'attività dei Presidi del Libro in Puglia, che avviamo nel 2002 insieme a un gruppo di colleghi editori ma anche di librai, bibliotecari, inse-



gnanti e forti lettori sparsi in tutto lo Stivale, anche in paesi di poche migliaia di anime. I Presidi – che sono prima di tutto gruppi di lettori – in questi anni sono fortemente cresciuti (grazie anche al sostegno della Regione Puglia) stimolando attive collaborazioni con altre associazioni, con le scuole, le biblioteche, i Comuni... Insomma, facendo rete e in un certo senso costituendo un pezzo di quel capitale sociale che manca a volte nel nostro Paese, specie nel Mezzogiorno.

Nel settembre del 2001 al Teatro Piccinni di Bari con mio cugino

Alessandro (amministratore delegato e responsabile dello scolastico) e mio zio Paolo (avvocato e per lunghi anni presidente della società) celebriamo il centenario della casa editrice alla presenza del presidente Ciampi. Mio padre è morto nel

maggio di quell'anno. Sul palco del teatro barese sono presenti i nostri collaboratori di Bari e di Roma. Le due sedi convivono da più di quarant'anni, da quando, negli anni Sessanta, mio padre sente il bisogno di rafforzare i legami con la comunità intellettuale



AMATI AUTORI

In questa pagina: riunione in casa editrice; sotto, la copertina di *Histoire des femmes*. Nella pagina accanto: Vito Laterza con Jacques Le Goff (in alto); copertina del programma *lezioni di Storia Festival* (in basso).

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - I

romana che si riunisce intorno alla casa editrice, da Tullio De Mauro a Lucio Colletti, da Nello Ajello a Rosario Villari, da Paolo Sylos Labini ad Emilio Garroni. La distanza tra le due città rende certo il lavoro più impegnativo ma le differenze sono anche un fattore di arricchimento della casa editrice.

E così è anche per la composizione azionaria che nel 1989 si è diversificata: una parte della famiglia ha deciso di uscire dall'azienda e ha ceduto le proprie quote a un qualificato gruppo di sostenitori, primo tra tutti il nostro storico distributore, Messaggerie Italiane, di proprietà della famiglia Mauri, da sempre legata a Laterza da un rapporto di stima ed amicizia. Ma la passione per l'editoria in famiglia continua: da qualche anno in casa editrice lavorano Bianca e Antonia, la quinta generazione...

Apertura al mondo

Quando Giovanni Laterza nel dicembre del 1901 si reca a Napoli, prova ad uscire da una dimensione provinciale della cultura. Il 10 maggio, nella lettera circolare in cui si annuncia la nascita della casa editrice, questa intenzione è esplicita: «Vogliamo rendere la nostra Bari nota tra le altre città d'Italia non solo come porto industriale e commerciale ma anche come centro di cultura [...] pubblicando

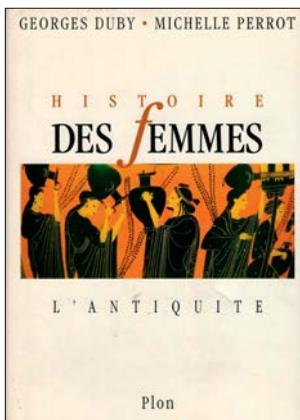


quanto di meglio si produca letterariamente e scientificamente nelle Puglie e fuori, quanto cioè possa valere alla diffusione della cultura moderna». A Napoli il giovanissimo editore (ha appena 24 anni!) incontra Giovanni Bovio, Francesco Saverio Nitti e Benedetto Croce. Quest'ultimo lo critica be-

nevolmente per le sue pubblicazioni a carattere locale e decide di metterlo alla prova, suggerendogli di pubblicare un volume sull'*Italia d'oggi*, scritto da due autori inglesi, Bolton King e Thomas Okey, che offre un ritratto impietoso dell'Italia d'inizio Novecento. Basta leggere le prime righe del capitolo dedicato alla politica: «Uno dei primi fatti che fermano l'osservatore della vita italiana è la confusione e la decadenza dei vecchi partiti politici. Essi han perso fede nei loro principi, nel

loro paese, in sé stessi. L'azione loro sembra poco meglio di una interessata lotta per raggiungere cariche pubbliche e di una cieca resistenza a forze che non sanno comprendere e assimilare e pertanto temono».

Quel primo libro segna l'inizio di una apertura al mondo della casa editrice che ne è sempre stata un segno distintivo. Così come Laterza è sempre stata orgogliosa della propria identità pugliese e meridionale, così non ha mai condiviso un meridionalismo vittimistico e com-



piaciuto. E ha sempre ritenuto che da Bari come da Roma o Milano o Torino o Palermo si possa aspirare a svolgere un ruolo culturale nazionale. E nel dopoguerra ha rivolto sempre più frequentemente la propria attenzione alla cultura europea. Prima pubblicando le opere di grandi autori e intellettuali, da Jürgen Habermas a François Furet, da



Moses Finley a Fernando Savater, da Bronisław Geremek a Zygmunt Bauman. Poi commissionando direttamente ad autori stranieri opere in seguito diffuse in tutto il mondo, da *L'uomo medievale* curato da Jacques Le Goff alla *Storia delle donne* diretta da Georges Duby e Michelle Perrot. E infine promuovendo coedizioni europee, la più importante delle quali è stata la collana "Fare l'Europa", diretta da Le Goff, che ha visto collaborare Blackwell (Oxford), Seuil (Parigi), Beck (Monaco) e Crítica (Barcellona). Insieme abbiamo progettato e realizzato più di trenta volumi sulla storia della lingua europea (Umberto Eco), della democrazia (Luciano Canfora), delle donne (Gisela Bock), della famiglia (Jack Goody), delle religioni (Peter Brown), della scienza (Paolo Rossi), solo per citarne alcuni. Un

caso unico, a mia conoscenza, di editori europei che lavorano insieme come fossero una sola casa editrice. La nostra convinzione era che se l'Europa deve unificarsi politicamente, occorre che si produca una cultura europea, in assenza della quale resterà una "espressione geografica", un insieme di lingue e culture nazionali, tenute insieme –

tutto va bene – solo dall'interesse economico.

Una convinzione che ci ha spinti negli scorsi anni a tentare anche un esperimento sul web: la rivista *Eutopia* realizzata in collaborazione con editori europei e prestigiose università, dalla London School of Economics a Sciences Politiques di Parigi al Wissenschaft College di Berlino. Oggi nella retorica dei movimenti "sovrani" l'Europa viene criticata per la sua "ingerenza" nelle politiche nazionali.

Molti non condividono questa impostazione e anzi ritengono che una Europa unita potrebbe promuovere benessere ed equità. A condizione però di saper e voler accompagnare l'integrazione economica a una vera integrazione politica. Che a sua volta richiede la creazione di una cultura comune.

Giuseppe Laterza



LA GRANDE SCOMMESSA

Nella pagina accanto,
Elisabetta Sgarbi e Umberto Eco nella sede
della Nave di Teseo.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - 2

BREVE MA VERIDICA STORIA DI COME SI ARRIVÒ
A FONDARE LA NAVE DI TESEO

PERCHÉ NASCE UN EDITORE

CIÒ CHE ACCADDE QUANDO RCS DECISE DI VENDERE
BOMPIANI (E GLI ALTRI SUOI MARCHI) A MONDADORI

di ELISABETTA SGARBI IN COLLABORAZIONE CON EUGENIO LIO

La nave di Teseo nasce, ancora ignara del suo nome e del suo destino, il 21 febbraio 2015, all'indomani dell'annuncio della trattativa in esclusiva tra RCS MediaGroup e Mondadori per la vendita delle case editrici della RCS Libri, trattativa che si avvia con due ipoteche decisive che segneranno il corso di questa storia: vendita in blocco di tutte le case editrici, e trattativa in esclusiva con Mondadori. Il 21 febbraio apparve sulla prima pagina del *Corriere della Sera* l'appello all'Antitrust di Umberto Eco, firmato da alcuni scrittori, della casa editrice Bompiani e non, e conviene riportarlo per intero, perché questo appello sarà, anch'esso, decisivo per aprire il cosiddetto "Caso Bompiani"; e incise sulle nostre scelte future.

«Pubblichiamo un appello promosso da alcuni scrittori del marchio Bompiani e sottoscritto da altri autori di case editrici diverse. Mercoledì scorso Mondadori ha sottoposto a Rcs MediaGroup

una manifestazione di interesse non vincolante per l'acquisizione dell'intera partecipazione detenuta dalla società in Rcs Libri, pari al 99,99% del capitale. Anche il ministro per i Beni culturali Dario Franceschini giovedì si è chiesto "come funzionerebbero le cose in un Paese con un'unica azienda che controlla la metà del mercato, con l'altra metà frammentata in piccole e piccolissime case editrici". Noi autori della casa editrice Bompiani (insieme ad alcuni amici che pubblicano presso altri editori, intellettuali e artisti) manifestiamo la nostra preoccupazione per il ventilato acquisto della Rcs Libri (che comprende le case editrici Adelphi, Archinto, Bompiani, Fabbri, Rizzoli, Bur, Lizard, Marsilio, Sonzogno) da parte della Mondadori. Pur rispettando l'attività editoriale della casa acquirente ci rendiamo conto che questa fusione darebbe vita a un colosso editoriale che non avrebbe pari in tutta Europa perché dominerebbe il mercato del libro in Italia per il 40%. Un colosso del genere avrebbe enorme po-



tere contrattuale nei confronti degli autori, dominerebbe le librerie, ucciderebbe a poco a poco le piccole case editrici e (risultato marginale ma non del tutto trascurabile) renderebbe ridicolmente prevedibili quelle competizioni che si chiamano premi letterari. Non è un caso che condividano la nostra preoccupazione autori di altre case: questo paventato evento rappresenterebbe una minaccia anche per loro e, a lungo andare, per la libertà di espressione. Non ci resta che confidare nell'Antitrust.

Gli autori: Roberto Andò, Nanni Balestrini, Sergio Bambarén, Franco Battiato, Tahar Ben Jelloun, Ginevra Bompiani, Pietrangelo Buttafuoco, Rossana Campo, Furio Colombo, Mauro Covacich, Michael Cunningham, Andrea De Carlo, Roberta De Falco, Paolo Di Stefano, Luca Doninelli, Maurizio Ferraris, Mario Fortunato, Fausta Garavini, Enrico Ghezzi, Paolo Giordano, Giulio Giorello, Hanif Kureishi, Raffaele La Capria, Silvana La Spina, Lia Levi, Dacia Maraini, Mario Martone,

Michela Marzano, Laura Morante, Carmen Moravia, Edoardo Nesi, Aldo Nove, Nuccio Ordine, Roberto Peregalli, Sergio Claudio Perroni, Aurelio Picca, Thomas Piketty, Lidia Ravera, Antonio Scurati, Amina Sboui, Toni Servillo, Simona Sparaco, Susanna Tamaro, Chiara Valerio, Giorgio Van Straten, Sandro Veronesi, Drenka Willen».

Io, Mario Andreose ed Eugenio Lio non potevamo firmare l'appello, lavorando dentro la casa editrice oggetto della vendita e, sino alla tarda sera del 20, rimanemmo nella mia abitazione di Milano a ricevere telefonate degli autori, di Umberto Eco, *de la Repubblica*, del *Corriere della Sera*.

Ognuno di questi *attori* era animato dai più diversi sentimenti: c'erano autori convinti della battaglia da intraprendere, orgogliosi di essere chiamati alle armi da Umberto Eco; c'erano intellettuali timorosi di dire no a Eco ma anche di dire no alla Mondadori; e autori che non avevano alcun desiderio di prendere posizione, preferendo rimanere in attesa degli eventi. Il responsabile delle pagine

culturali de *la Repubblica* aveva fiutato che l'appello di Eco sarebbe uscito sul *Corriere*, e rivendicava con veemenza uno *ius primae noctis*, data la storica collaborazione a *la Repubblica* dello scrittore alessandrino.

Umberto ci aggiornava sul numero degli arruolati e ci chiedeva i numeri di questo o di quello, o di chiamare noi questo o quell'autore. Infine il *Corriere* ci rassicurava, certo dell'impatto della iniziativa (non a torto, perché quell'appello fu ripreso immediatamente in Francia e Stati Uniti). Il mattino successivo l'appello era sulla prima pagina (anche *la Repubblica* uscì, riuscendo a non bucare la notizia, con le informazioni raccolte), e ci ritrovammo – io, Mario, Eugenio – in una riunione con i vertici della RCS Libri, riunione già in calendario e che nulla aveva a che fare con quanto apparso sul *Corriere*.

Fu la prima sensazione che la battaglia sarebbe stata molto difficile. Nessuno fece parola dell'appello. Regnava il silenzio, come se, a firmarlo, non fossero autori importanti della casa editrice Bompiani che io e loro – nello specifico ruolo di amministratori del gruppo che includeva la Bompiani – rappresentavamo, ma un gruppo di lettori anonimi.

La riunione si svolse come se nulla fosse accaduto, e solo al termine chiesi, con una certa sfrontatezza, se avessero letto l'appello di Eco. Mi venne risposto laconicamente, con metodo tipicamente aziendale, che sì, era stato letto. Iniziò così, lo ripeto, con questa lettera di Eco, il "Caso Bompiani" e iniziò qui, con coerenza, il cammino, ancora del tutto nebuloso, della Nave di Teseo.

Il secondo momento cruciale dell'*affaire Bompiani* fu il mio incontro con Ernesto Mauri, Amministratore delegato della Mondadori e responsabile

della complessa trattativa Mondadori-RCS.

L'incontro avvenne in una tarda mattinata di aprile, presso il bar dell'hotel Diana di Milano. Il discorso fu più o meno il seguente: «Caro Ernesto, immagina che la Bompiani sia un corpo di ballo prestigioso, che viene chiamato al Bolshoi, il Gruppo Mondadori. E immagina che questo corpo di ballo, prima della prima, perda i suoi migliori ballerini. Come si fa? Bisogna cercare di non farli andare via». Mauri mi ascoltava con interesse e continuai con la proposta che avevamo elaborato: «La Bompiani viene ritagliata dal gruppo delle case editrici RCS – nella RCS Libri la casa editrice fondata da Valentino Bompiani nel 1929 non era una società ma un cosiddetto ramo di azienda –. La Mondadori vi parteciperebbe al 49%, Umberto Eco e un azionista non ostile alla Mondadori e non un editore, Francesco Micheli, avrebbero il 51%. E la Bompiani rimarrebbe nel perimetro commerciale della Mondadori».

La proposta mi pareva conveniente per entrambi, e per diverse ragioni: la Bompiani avrebbe mantenuto la propria integrità, si sarebbe probabilmente avvantaggiata di una certa autonomia; la Mondadori avrebbe mantenuto una "proprietà" sulla casa editrice: *di diritto* (una quota di maggioranza relativa al momento e una opzione in caso di cessione di quota da parte degli altri azionisti) e *di fatto* (tenendo le redini commerciali della "nuova" compagine). E questo avrebbe, forse, indotto l'Antitrust a maggiore clemenza. Dunque, nonostante quanto spesso riportato, Umberto Eco, pur di rimanere con la Bompiani e i suoi editori, era disponibile a divenire socio della Mondadori e della sua proprietà, a patto che la Mondadori non avesse la maggioranza assoluta. Ci lasciammo, ripromettendoci di aggiornarci reciprocamente, di

Qui sotto, gennaio 2016: inaugurazione della sede di Via Jacini, 6; da sinistra, Jean-Claude Fasquelle, Elisabetta Sgarbi, Nicky Fasquelle, Sergio Claudio Perroni, Mario Andreose e Luca Garavoglia.

compiere ciascuno i propri passi e persino di annunciare una operazione così audace, ed esteticamente così elegante, alla successiva Fiera di Francoforte.

I passi furono innumerevoli, ma più di allontanamento, in realtà, che non di avvicinamento reciproco. Si arrivò a settembre. La Mondadori fece arrivare,

tramite Francesco Micheli, una proposta: la Mondadori avrebbe mantenuto il 51%, la maggioranza assoluta dunque, Eco e Micheli in minoranza. Sapevo che questa proposta non sarebbe stata accolta, ma tentai lo stesso: da Umberto arrivò un secco no: «Va bene tutto – disse – ma finanziare la Mondadori, no». A questo punto la nave di Teseo cessò di essere una ipotesi della irrealtà e iniziò a concretizzarsi.

Intanto, dopo diversi rinvii, domenica 4 ottobre 2015, arriva l'ufficialità: «A seguito della relativa delibera unanime del Consiglio di Amministrazione di RCS MediaGroup, riunitosi ieri sotto la presidenza di Maurizio Costa, l'Amministratore Delegato Pietro Scott Jovane ha proceduto alla firma del contratto per la cessione dell'intera partecipazione detenuta in RCS Libri S.p.A. ad Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.». Non restava che sperare nell'Antitrust, per dirla con Eco.

L'8 ottobre il premio Nobel per la Letteratura venne assegnato a un'autrice russa che avevamo por-



tato alla Bompiani due anni prima, e rilanciato: Svetlana Aleksievič; accolgo la notizia con gioia, ma ci volle poco a cambiare umore. Ricordo una conversazione con il direttore marketing proprio quel giorno, in cui chiedevo una pubblicità in prima pagina per annunciare un

evento importante, e in cui mi venne risposto che non era possibile perché dovevamo ridurre le spese per la finalizzazione dell'accordo con la Mondadori entro parametri accettabili dalla società acquirente. L'attenzione del gruppo editoriale sembrava talmente rivolta alla vendita, che neppure un Nobel riusciva a distoglierla.

Alla Fiera del Libro di Francoforte non si parlava d'altro, ma nelle case editrici della RCS serpeggiava un certo scoramento, visibile già dallo stand, enormemente più dimesso di quello della Mondadori acquirente.

Venni invitata da Marina Berlusconi, ad Arcore, per parlare del "Caso Bompiani", pochi giorni dopo il Nobel alla scrittrice russa, e le consegnai una copia rivestita dalla prestigiosa fascetta. Venni accolta con cortesia da Marina e da suo padre, ma non potei che ribadire la posizione degli autori di cui, ormai, ero la portavoce. Loro mi invitarono a ripensarci, garantendomi la massima autonomia. Io ribadii che non avevo mai dubita-

to che la Mondadori lasciasse autonomia e libertà agli autori e agli editori (ci mancherebbe), ma che era una questione più complessa, legata a una quota di mercato enormemente superiore a qualsiasi altro analogo nel mondo culturale europeo; che questa posizione dominante non era gradita ad autori centrali del catalogo della casa editrice, con cui ero cresciuta, che avevo sostenuto e seguito per tanti anni; e non era gradita a me, per quello che poteva contare; e che, scommettevo, non sarebbe stata consentita dall'Antitrust. Ci salutammo con cordialità, ma io ed Eugenio uscimmo da Arcore convinti che non ci sarebbe stato più nulla da fare.

Era metà ottobre. Ci fu un'ultima coda, un tentativo estremo che Ernesto Mauri, invitandomi nella sua casa di Corso Venezia, mi illustrò. Era ormai chiaro che saremmo usciti e Mauri mi propose di fare entrare la Mondadori nella nuova realtà editoriale, una quota di minoranza, e che io avrei mantenuto una presenza alla Bompiani, oltre alla Direzione della nuova realtà. Ne avrebbe parlato con la proprietà. Mi chiese cosa ne pensavo, risposi che era una proposta ardita, mi pareva complessa, forse impossibile, ma ne avrei parlato a Eco, agli altri autori e a Mario Andreose. Ultimo atto, il più difficile e doloroso. Il 3 novembre 2015. Mia madre stava morendo, e mentre accadeva, fuori dalla porta della sua camera di ospedale di Ferrara, vibrò il mio telefono, era Mauri. Non risposi, ovviamente. Lo richiamai il giorno successivo. Lui mi disse che la proprietà non aveva avallato quella sua ultima proposta, che dunque decadeva. Si incrociarono due adii, nelle stesse ore, a mia madre e alla casa editrice dove avevo lavorato per molti anni.

Ora, comunque, si trattava di costruire la casa

editrice. Con la regia di Piergaetano Marchetti, dovevamo creare un equilibrio, non semplice. Umberto Eco e Jean-Claude Fasquelle (leggendario editore francese, già proprietario della Grasset & Fasquelle, editore francese di Umberto, oltre che di García Márquez, tra innumerevoli altri) avrebbero avuto la maggioranza. Un gruppo di imprenditori, con capofila Luca Garavoglia, avrebbero sostenuto la casa editrice in una situazione di presenza non invadente ma rigorosa, orgogliosi di partecipare: Luca Garavoglia, appunto, Guido Brera (nella doppia veste di autore e imprenditore), Andrea Pignataro, la famiglia Pontecorvo, Piergaetano Marchetti.

Ad essi, in forma simbolica, nella compagine immaginata da Umberto Eco, alcuni editori e autori: Sandro Veronesi, Edoardo Nesi, Sergio Claudio Perroni, Furio Colombo, Mario Andreose, Eugenio Lio e me. Questi ultimi con un investimento minimo in termini finanziari, ma con una solida rappresentanza nel consiglio di amministrazione. E si compose dunque il Consiglio di Amministrazione: Umberto Eco, che aveva diritto a due posti, scelse accanto a sé Furio Colombo (compagno, disse, di molti inizi di avventure), Jean-Claude e Nicky Fasquelle, un rappresentante degli imprenditori (individuato nel giovane Michele Pontecorvo), un rappresentante degli autori (individuato in Edoardo Nesi), io in quanto Direttore generale, Mario Andreose, indicato da Umberto come Presidente, Piergaetano Marchetti come regista e *arbiter elegantiae*, in qualità di vicepresidente con la delega al rapporto con gli azionisti.

Corremmo molto, in quei giorni. Gli azionisti chiedevano dei *business plan* molto complessi, pluriennali, con previsioni di spese mese per mese, anno per anno, flussi di cassa, che non erava-

mo abituati a preparare in prima persona. Dovevamo immaginare cosa servisse a una casa editrice che inizia da zero, per esistere. Furono notti insonni, di traffici casalinghi, di Excel, telefonate, accensioni improvvise, nervosismi e fogli, tanti fogli, stampati e ristampati continuamente, uniti dallo scotch per permettere una sequenza più visibile dei mesi.

C'era qualcosa di eroico e di avventato, serpeggiava un senso di insufficienza e di entusiasmo. Eco aveva fissato l'annuncio il 16 novembre, e aveva convocato *la Repubblica* e *L'Espresso*.

La mattina del 16 novembre ci fu un imprevisto amministrativo dalla parte francese, dovuto ai versamenti. All'ultimo momento dovemmo rimandare. Tornammo a casa, anche sollevati. La rottura, benché irrimediabile, era rimandata.

Il 23 novembre ci fu l'atto formale. Nello studio del notaio Marchetti si apposero le firme. Prima io e poi Eugenio Lio inviammo, via mail, le lettere di dimissioni con effetto immediato, per potere entrare e dare avvio alla nuova realtà.

Alle 12, a casa mia, avvenne l'incontro con Wlodek Goldkorn per *L'Espresso* e Francesco Merlo per *la Repubblica*. Con noi una parte dei soci, la primissima compagine editoriale, alcuni autori non soci, ma amici e vicini a questa impresa, che nelle precedenti quarantotto ore avevo chiamato e informato. Michael Cunningham in diretta Skype. La foto ufficiale – scattata quando già avevamo indossato i cappotti per salutarci – ci ritrae. Avevo chiamato il grande ristoratore di Collodi, Giacomo Bulleri, affinché offrissi un risotto e un bicchiere di vino per brindare alla nuova casa editrice.

In occasione della presentazione della casa editrice, insorsero due fraintendimenti che generaro-

no a valanga ulteriori polemiche, paradossali nella loro contemporaneità: con le cooperative e con Marina Berlusconi.

Francesco Merlo riportò nel suo pezzo, attribuendola a me, una frase secondo cui tra me e Marina Berlusconi ci fosse una «incompatibilità antropologica», espressione che suscitò risposte piccate dalla Mondadori. In realtà, la frase uscì dalla bocca di Umberto, più scherzosamente che altro, e comunque non come espressione di un suo pensiero ma a sintesi di un discorso più ampio di Tahar Ben Jelloun. Insomma, *lost in translation*. L'altro equivoco – umoristicamente speculare – venne generato da Eugenio Lio che, nell'articolare una risposta a Francesco Merlo che insinuava un certo dubbio di velleitarismo nella intera impresa, fece scivolare la frase «non siamo una cooperativa», suscitando rimostranze piccate della categoria.

Al di là dei fraintendimenti o delle battute, due frasi di Umberto segnarono in modo lapidario il varo della Nave di Teseo, e le portiamo dentro di noi, ripetendocene, talvolta: «Siamo pazzi» e «Lo faccio per i miei nipoti».

La stessa sera del 23 novembre io ed Eugenio Lio ci recammo in casa editrice per consegnare personalmente le nostre lettere di dimissioni a Laura Donnini (Amministratore delegato della RCS Libri, oramai venduta), e a Massimo Turchetta (Direttore generale).

Incrociammo nel nostro percorso a ritroso, verso casa: Oliviero Toscani, che ci avrebbe raggiunto a breve sulla Nave, Stefania Eusebio, due redattrici Bompiani, Elena Rocco e Sergio Daniotti, colonne dell'ufficio tecnico, amici di tanti anni.

La notte fu insonne, la trascorsi a scrivere mail, compulsivamente, dal mio indirizzo privato, ad

autori e agenti per spiegare che nasceva La nave di Teseo e tentare di spiegare perché nasceva.

Il mattino il mio indirizzo di posta RCS smise di funzionare e la posta mi venne oscurata. Qualche settimana dopo, con meticolosità (forse) irrispettosa della mia dedizione alla causa per tanti anni, e anche del mio tentativo di dialogo e mediazione con la Mondadori, mi venne comunicata la detrazione dal mio TFR dell'intero ammontare del mio mancato preavviso. Molti soldi. A Eugenio Lio arrivò l'ingiunzione di restituire 20.000 euro, non avendo potuto detrarglielo dal TFR. Ma lui non diede corso, e, da che ne so, la questione è rimasta sospesa.

Ma si partì, intanto, perché si doveva cavalcare l'onda, l'entusiasmo. Si partì da casa mia, e senza casa editrice, solo in due, al momento (gli altri sarebbero arrivati a gennaio, alcuni a febbraio, altri a marzo, altri ad aprile). Iniziò la caccia agli autori e alla organizzazione di tutto: comprare i computer, le stampanti, aprire i domini, ristrutturare la sede, scegliere i mobili, aprire utenze telefoniche, stipulare contratti, redigerli, rispondere alle e-mail, scrivere compulsivamente a tutti, rispondere a tutte le interviste possibili, a tutti gli attacchi, a tutte le polemiche, accordi commerciali, considerare tutte le proposte, di venditori di ogni genere, di prodotti di ogni genere. Non mancai di stare vicino a mio padre (che seguiva con apprensione la mia vicenda), che aveva perso la Rina, e di ringraziare Dio che salvò la vita a mio fratello (che mi appoggiava per amore fraterno), nel mese di dicembre, lungo l'autostrada tra Mantova e Modena.

Il 21 gennaio viene annunciata l'apertura dell'istruttoria da parte dell'Antitrust, in risposta all'appello di Umberto Eco sul "Caso Bompiani",

l'unico caso su cui, grazie a lui e alla Nave di Teseo, si erano accesi i riflettori.

La nave di Teseo – appena nata, senza sede, ma operante – viene convocata a Roma negli uffici dell'Antitrust in Piazza Verdi. E ora, nel mio ruolo, potevo spiegare perché l'Antitrust doveva scorporare la Bompiani, potevo, idealmente, firmare e argomentare quell'appello di Eco da cui tutto scaturì. Quello che la Mondadori non ci concesse, poteva ora concederlo l'autorità garante della concorrenza e del mercato.

Mi è stato spesso rimproverato che, se fossimo stati fermi, la Bompiani sarebbe stata scorporata lo stesso e saremmo finiti altrove. Ma il mio, nostro interesse – quello di Eco incluso – non era stare o non stare alla Mondadori o altrove, come testimonia la prima proposta fatta a Ernesto Mauri. La nostra posizione era legata alla concentrazione editoriale che si stava creando. E, per rispondere a queste obiezioni, e non cadere nel classico errore di prospettiva di giudicare il prima alla luce del dopo, è bene riportare le sensazioni di quei giorni.

La Mondadori non credeva nella possibilità che l'Antitrust imponesse di scorporare la Bompiani, come era chiaro dai dialoghi che avemmo con i più alti dirigenti, altrimenti avrebbe accolto la nostra proposta: meglio rimanere con una quota di minoranza nella Bompiani e tenerla nel proprio perimetro commerciale e distributivo, piuttosto che perderla del tutto.

E fu la stessa Marina Berlusconi a ribadirlo, nella lettera di felicitazione a tutti i dipendenti, vecchi e nuovi, Mondadori e Rizzoli, per la finalizzazione della acquisizione, il 15 aprile 2016. Marina parlò a proposito della ingiunzione di scorporare Bompiani e la quota di Marsilio di «rinunce, tan-

to pesanti quanto ingiuste».

La politica non dava maggiore affidamento, anzi.

Avevo, in fondo, la sensazione che la politica non fosse interessata alla questione, nel senso che non fosse interessata ad aprire un dibattito serio sulle questioni poste da Eco e dalla Nave di Teseo, perché in fondo non ha mai percepito il mondo del libro come qualcosa di essenziale alla vita pubblica, come accadde in Francia

in situazioni analoghe. Pier Luigi Bersani liquidò il suo disappunto con una battuta su Twitter: «sarebbe come se il Milan comprasse l'Inter». Matteo Renzi – ostile al *Corriere* – disse che era dispiaciuto ma era il mercato a decidere e non si poteva non riconoscere che la gestione della RCS era stata disastrosa. Romano Prodi – incontrato personalmente a una cena a casa Zanichelli, a Bologna – era preoccupato piuttosto da Amazon che non dall'operazione Mondadori, come se, per evitare una concentrazione a livello distributivo, se ne dovesse operare una anche a livello editoriale.

Questo accadeva a sinistra. Nel centrodestra le posizioni espresse da Umberto Eco e Sandro Veronesi, pubblicamente, venivano semplicemente eluse, bollate come anacronistiche: per difendersi



da Amazon e Alibaba bisognava costruire delle grandi aggregazioni editoriali.

L'Antitrust non mi sembrò, a dire il vero, più informato e documentato di quanto non lo fossero gli esponenti politici.

Sul tema della acquisizione da parte di Mondadori delle case editrici della RCS gli altri grandi editori erano preoccupati di non apparire spaventati dalla aggregazione, per non ingigantire, nella percezione comune,

il già grande gigante Mondadori e non generare pericolosi effetti collaterali negli autori. Peraltro, Messaggerie e il gruppo Feltrinelli, erano già passati, sostanzialmente indenni, l'anno prima, al vaglio dell'Antitrust per la fusione della macchina distributiva (sentenza del 5 dicembre 2014).

L'Associazione Italiana Editori (Aie) non poteva prendere una posizione netta e soprattutto non poteva mostrarsi contraria a una operazione condotta dai propri azionisti di maggioranza.

Insomma, la mia idea è che nessuno avrebbe posto il tema della autonomia della Bompiani, se Eco non avesse condotto sin dall'inizio la sua battaglia; se non avesse posto pubblicamente il tema della concorrenza; se, coerentemente con queste premesse, e fallita la trattativa con Mondadori, non

avessimo fondato La nave di Teseo; se non avessimo potuto spiegare direttamente le ragioni che ci avevano sospinto; e se non avessimo posto la centralità della questione della integrità del catalogo degli autori all'Antitrust.

E, infine, una nota personale: la mia, nostra fedeltà alla casa editrice, era ed è sostanzialmente una fedeltà agli autori. E se gli autori con cui avevamo condiviso una intera vita ponevano in modo così coerente e deciso un tema, e noi lo condividevamo, non potevamo (e non volevamo) tirarci indietro. Sta di fatto che, convocati io ed Eugenio Lio dalla commissione Antitrust, ponemmo in modo diretto il seguente ordine di problemi: a) cosa poteva comportare per il sistema complessivo dei libri una concentrazione come quella che si profilava nei singoli strati della vita del libro; b) cosa poteva significare per il futuro (visto che l'Antitrust non deve solo fotografare l'esistente ma prevedere ed evitare disfunzioni future del mercato); c) il tema della Bompiani, che si era smembrata e cui andava restituita l'integrità del catalogo, affinché non si verificasse una ulteriore anomalia: che promuovendo una novità dell'autore della Nave di Teseo non si promuovesse contemporaneamente il suo catalogo o, viceversa, promuovendolo, si recasse vantaggio a un concorrente; d) il tema dei tascabili, tema tuttora vivo (come gli altri del resto).

L'esito dell'istruttoria dell'Antitrust mi venne anticipato come una reale possibilità il 12 febbraio. Con disappunto della Mondadori – come ho anticipato – venne indicato di scorporare dalla operazione di acquisizione la Bompiani e la quota di Marsilio. Facemmo in tempo a dirlo a Umberto Eco che, vicino alla fine, accolse la notizia con soddisfazione. Quest'ultima sua batta-

glia l'aveva vinta. Umberto Eco morì una settimana dopo, il 19 febbraio. Aveva fatto in tempo a visitare la sede della Nave di Teseo, con sua moglie Renate, a vedere le copertine dei suoi tascabili, disegnate dall'amico Pierluigi Cerri, a correggere le bozze del suo ultimo libro, *Pape Satàn Aleppe*, a vederne la copertina. Alle 17 circa del 19 febbraio Mario Andreose mi chiamò per dirmi che non c'era più niente da fare. La sera stessa, intorno alle 21, mi comunicò la notizia che scosse il mondo intero e che, per alcune ore ci gettò nello sconforto.

Reagimmo, l'indomani, decidendo di anticipare e accelerare l'uscita di *Pape Satàn Aleppe*: contrastammo un imperscrutabile senso di mancanza lavorando freneticamente per rispondere a giornalisti che chiamavano da tutto il mondo, rispondere ai lettori, sollecitare gli agenti di vendita cui avevamo chiesto di raccogliere gli ordini del nuovo libro di Umberto entro il lunedì successivo, a negoziare con lo stampatore i tempi e le tirature. Nessuno di noi poneva agli altri la domanda che attraversava i nostri pensieri: orfani di Eco, cosa sarebbe cambiato?

Umberto Eco aveva sulla casa editrice idee molto precise. Non voleva esserne l'editore, ma l'autore, nel senso che, pur nella consapevolezza di avere finanziato in larga parte questa iniziativa, sapeva anche che la sua presenza, "ingombrante", poteva suscitare sentimenti contrastanti negli autori e avrebbe limitato la libertà di movimento degli editori. In conseguenza di ciò non voleva che la casa editrice si identificasse con il suo nome e, infatti, chiese che non fosse il suo il primo libro a essere pubblicato dalla Nave di Teseo.

Qualsiasi editore italiano e qualsiasi agente letterario nel mondo avrebbe accolto le opere di

Umberto Eco. Invece, sapendo di non avere molto tempo, decise di rimanere fedele alla Bompiani, non tradendola, ma fondando La nave di Teseo con chi, nella Bompiani, aveva sempre lavorato con lui, e cercando di recuperarla, alla fine di un percorso tortuoso (come lo definii parlando al suo funerale laico al Castello Sforzesco di Milano), con l'aiuto dell'Antitrust.

Il nome de La nave di Teseo – scelto da Umberto dopo averne scartati molti – fa riferimento – o almeno io questo ci ho sempre visto – alla fedeltà a sé stessi in un mondo che pone situazioni radicalmente nuove. È la stessa Nave, pur in forme nuove, con pezzi sempre nuovi, senza i quali semplicemente deperirebbe e sparirebbe. Cambiare, dunque, per rimanere fedeli a sé stessi.

Pape Satàn Aleppo di Umberto Eco – per una scelta obbligata dalle circostanze e per il senso di opportunità che fa parte della vita editoriale – fu il primo libro a uscire della Nave di Teseo, venerdì 26 febbraio 2016, con una prima tiratura di 30.000 copie. La nave di Teseo debuttò prima in classifica, arrivammo in breve tempo a 100.000 copie. La nave di Teseo nacque grande.

Il resto della storia è la cronaca della vita editoriale, di una crescita, di un consolidamento, di sconfitte e vittorie. La sconfitta più bruciante fu perdere la Bompiani: la Mondadori scelse un solido gruppo editoriale come Giunti nonostante le offerte fossero molto simili (15,5 mln di euro La nave di Teseo e 16 mln di euro Giunti).

A nulla valse l'indicazione che avevamo dato sulla necessità di riunire il catalogo, che pure era stata la strada imboccata dall'Antitrust nella prima istruttoria che impose di scorporare dalla operazione Mondadori-Rizzoli la Bompiani.

E fu evidente, in quel momento, quanto la Mon-

dadori non contemplasse la possibilità che in questa complessa e convulsa operazione la spuntassero, in fondo, degli editori e autori "ribelli". Rimane, di quei mesi, la *furia* con cui cercai partner e finanziamenti, tentando di convincerli della forza e dell'importanza del catalogo della Bompiani e del suo potenziale, ancora inespresso del tutto, soffocato da un gruppo farraginoso e per molti versi contraddittorio come quello della RCS. Il tempo ha dato e darà ragione a me, e torto agli scettici di quei giorni.

Come accadde all'indomani della scomparsa di Umberto, abbiamo reagito all'indomani della notizia della cessione della Bompiani a Giunti (29 settembre 2016). Tornammo all'Antitrust, che comunque doveva approvare la cessione di Bompiani, cercando di spiegare, ancora una volta, le ragioni del catalogo degli autori. Ma il tempo era cambiato: le questioni sollevate non erano state comprese allora, e, scomparso Eco, sembravano anestetizzate.

Nel 2017 La nave di Teseo salvò Baldini+Castoldi dal fallimento, portandola in due anni al pareggio di bilancio, ripianandone i debiti e restituendo, così, uno storico editore, alla sua dignità.

Nello stesso anno, avviò una casa editrice di graphic novel, Oblomov, e rilanciò un marchio soffocato dentro Baldini, a vocazione femminile e femminista, La Tartaruga, e risanò una rivista mitica, *Linus*. E con *Linus*, torniamo a Eco, che, nel 1965, lo battezzò.

Tutto quanto sin qui scritto è storia della Nave di Teseo, lacunosa ma non errata, della sua eccezionale fondazione. Da qui in poi la Nave di Teseo parlerà solo attraverso i suoi libri e i suoi autori.

Elisabetta Sgarbi

in collaborazione con Eugenio Lio

GRANDI INTERPRETI

Nella pagina a fianco: l'attuale catalogo della casa editrice Carabba che riprende la copertina disegnata da Luigi Melandri nel 1924; nell'immagine grande, un'illustrazione di Duilio Cambellotti per il libro *L'ebreo errante*.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - 3

CARABBA DI LANCIANO, DALLA PROVINCIA ALL'AVVENTURA DEL NOVECENTO

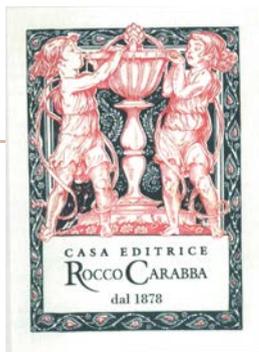
ROCCO E I SUOI CONSULENTI

COME UN TIPOGrafo, LASCIANDO AMPIO SPAZIO DI MANOVRA A PAPINI E BORGESE, PROMOSSE LA CULTURA ITALIANA E INTERNAZIONALE PARTENDO DA UN PICCOLO CENTRO ABRUZZESE

di GIANNI OLIVA

«**U**na grande casa editrice, presente nel panorama culturale italiano e mondiale dal 1878, che offre al pubblico dei lettori e al mercato editoriale opere prestigiose sul solco di una grande eredità spirituale e in nuovi e ambiziosi progetti editoriali attenti ai problemi del nostro tempo». Così Paolo Mauri (*la Repubblica*, 10 giugno 2002) salutava con entusiasmo, dopo la riapertura, una gloriosa casa editrice, i cui battenti erano stati chiusi il 3 maggio 1950 per dichiarazione di fallimento del Tribunale di Lanciano. Il ritorno della Carabba era senza dubbio un atto di coraggio, non in linea con una società sempre più tesa verso canoni materiali e nuove logiche di profitto. L'identità di un'impresa di cultura, quale la Carabba era stata nel corso

del Novecento, si riproponeva intatta, almeno nei propositi, con la consapevolezza delle inevitabili difficoltà economiche che si sarebbero puntualmente presentate. Bisogna dire però che la scommessa, a quasi vent'anni dall'avvio della nuova stagione, è stata vinta grazie al supporto di una banca locale, dei finanziamenti universitari e di una schiera di generosi azionisti innamorati del progetto. Sono nate collane come "La biblioteca del particolare", che oggi conta circa 30 volumi, quasi tutti dedicati alla pubblicazione di documenti inediti e rari, specialmente dannunziani, "Civiltà letteraria d'Europa" e la "Piccola Biblioteca Carabba", che offrono una saggistica specializzata, senza contare i contributi nel campo della storia greca e del mondo antico ("Koinos Logos"), "Le monete d'oro", che recuperava testi rari di qualità, i "Classici Carabba", che at-



tingono al catalogo storico ma senza chiudere a nuove accessioni. Inoltre, molto opportuna si è rivelata la ristampa integrale della ormai introvabile “Cultura dell’anima” fondata nel 1909 da Giovanni Papini. Il grande patrimonio librario dell’editrice (oltre 5.000 i titoli elencati da C. Pelleriti, *Le edizioni Carabba di Lanciano. Notizie e annali 1878-1950*, Manziana, Vecchiarelli, 1997) offre materiale in abbondanza da rivisitare, senza dimenticare l’apporto di autori come D’Annunzio (la seconda edizione di *Primo vere*, quella corretta «a penna e fuoco»), Pirandello (*L’umorismo*), Matilde Serao, Roberto Bracco (l’opera omnia), Montale (*Ossi di seppia*), per citarne alcuni.

Agli esordi del Novecento la situazione socio-culturale dell’Abruzzo conosce momenti di deciso sviluppo, pur se i problemi che si erano affacciati dopo l’Unità non potevano dirsi del tutto risolti: continuava senza sosta il fenomeno dell’emigrazione europea e americana, accompagnata da quella interna, specialmente verso Roma, collegata ormai alla regione da vie di comunicazione più agevoli. L’importanza della capitale come centro culturale aveva trasformato la città in una nuova calamita anche per le forze intellettuali, in ciò soppiantando quasi del tutto il ruolo di Napoli. D’altro canto, non era trascurabile la linea Abruzzo-Firenze, feconda fin dall’età medievale, tanto che Boccaccio e Petrarca, così i mercanti, per raggiungere Napoli, erano costretti a passare per la via degli Abruzzi. Firenze e la Toscana esercitavano il loro fascino indiscutibile a causa della lingua, tanto che molte famiglie meridionali del ceto borghese mandavano i loro rampolli a dirozzare il dialetto in collegi toscani (il



caso di D’Annunzio al Cicognini di Prato non è unico). A Firenze inoltre era in pieno svolgimento agli inizi del secolo XX la «ventura delle riviste» e la suggestione di quel mondo vivace ed eterogeneo non mancava di influenzare le iniziative abruzzesi. Nella regione nascono tra Otto e Novecento alcune importanti testate che iniettano nuova linfa nella cultura locale: è il caso di citare *L’Illustrazione abruzzese* animata dall’entourage del pittore Basilio Cascella, *Aprutium* (1912-1919) e *La Grande Illustrazione* (1914-1915), il cui merito è di aver aperto le frontiere regionali ai maggiori scrittori dell’epoca (Capuana, Deledda, Panzini, Gozzano, Moretti, Croce, Bontempelli, Cecchi, Saba, Onofri). Si trattò di un fervore di esperienze e di aggregazioni culturali e civili che originò un giornalismo improntato non

LIBRI ALLEGRI E CRITICI SEVERI

Nella pagina a fianco: due volumetti della collana “Favole, leggende e racconti di tutto il mondo” e due copertine illustrate da Mario Pompei; sotto, Giovanni Papini e Giuseppe Antonio Borgese.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - 3

solo all'informazione, al dibattito o alla satira politica e di costume, ma anche alla testimonianza di un diverso e più profondo impegno intellettuale (cfr. *Giornali e riviste in Abruzzo tra Otto e Novecento*, a cura di G. Oliva, Roma, Bulzoni, 1999). Su tale piattaforma alligna non a caso l'editoria più qualificata come quella di Rocco Carabba di Lanciano, affiancata da altre iniziative minori ma non per questo trascurabili (si pensi al tipografo-editore di Casalbordino Nicola De Arcangelis).

La trasformazione dei mezzi di comunicazione, avviata con decisione in Europa nel corso dell'Ottocento per effetto dei radicali mutamenti tecnici e sociali, dell'industrializzazione, e il parallelo mutamento progressivo dei meccanismi di organizzazione e di trasmissione della cultura, pongono sempre più in primo piano il mondo dell'industria del libro. Al centro del complesso fenomeno della circolazione delle idee, una casa editrice, rappresentando il luogo in cui più direttamente si intrecciano istanze culturali, politiche ed economiche, costituisce un osservatorio suggestivo per chi voglia concretamente analizzare i percorsi e le articolazioni dell'attività intellettuale di una nazione. Il campo degli studi, del resto, ha insistito negli ultimi tempi su questo versante con ricostruzioni storico-culturali di notevole interesse, come quelle riguardanti le imprese di Laterza, Einaudi, Formiggini, dello stesso Carabba, oggetto, quest'ultima, di un importante convegno nazionale (*La casa editrice Carabba e la cultura italiana ed europea tra Otto e Novecento*, Roma, Bulzoni, 1999), che aveva lo scopo di analizzare l'intera produzione della casa editrice lancianese e di verificare l'interscambio tra imprenditoria locale e nazionale, di ripercorrere le trame intrecciate tra cultura italiana ed europea nella prima metà del Novecento.

Cominciando da tipografo nel 1878 Rocco Carabba aveva pubblicato dapprima solo autori locali (Finamore, Pansa, De Titta), per accedere poi a orizzonti sempre più ampi. Determinante fu l'incontro con Giovanni Papini che nel 1909, come si diceva, avvia la serie della “Cultura dell'anima”, che accolse filosofi e scrittori antichi e moderni (Aristotele, Galilei, Sarpi, Bergson, Sorel, Kierkegaard, Novalis), curati da leonardiani e da vociani come Prezzolini, Amendola, Soffici (che disegnò anche il marchio della collana), Giuliotti, Gobetti, ecc. Si può dire che in Abruzzo si era costituito un vero e proprio punto di snodo della cultura «vociana». La collezione, in particolare, era il riflesso degli interessi culturali e filosofici di quel gruppo che Papini stringe attorno a sé già dalla fondazione de *Il Leonardo* (1903-07), con l'intenzione di sviluppare un programma di rinascita spirituale opposto all'ideologia deteriorata del Positivismo. In tutti quei giovani c'era un «marcato attivismo, concorrenziale rispetto alle personalità dominanti della scena del tempo – scrive Garin –; ribaltano la loro marginalità allargando i confini specifici della letteratura andando ad invadere i campi del pensiero filosofico e dell'attività politica, nell'intento di rilanciare il peso e la portata del proprio mandato sociale» (*Cronache di filosofia italiana*, Bari, Laterza, 1966, p. 20). Ma soprattutto la loro azione significava ridare spessore all'uomo e alla sua dimensione spirituale, giacché l'uomo «è un punto di assoluta libertà, ossia rischio totale e possibilità infinita». E non è azzardato dire che tutti i temi principali che hanno attraversato la tragedia europea nel periodo precedente la Prima guerra mondiale e tutte le voci più valide che l'hanno accompagnata e discussa nel bene e nel male risuonano in una cerchia ben definita, che è quella delle riviste fiorentine, dal *Leonardo*, all'*Anima* (ristampata in



anastatica nel 2017), ma soprattutto alla *Voce* nella sua varia vita, e nell'attività editoriale del gruppo, di cui certamente la "Cultura dell'anima" e le altre iniziative intraprese da Carabba sono l'espressione.

La collana papiniana pubblica 147 titoli (per un totale di 163 volumi), dei quali ben 101 sono di filosofi moderni (pari al 65 per cento), 25 di filosofia antica (pari al 16 per cento), 11 di filosofia medievale e 10 di filosofia orientale. Riflettendo sui testi di filosofia moderna e contemporanea si nota che il valore più alto è il raggruppamento genericamente definibile degli indipendenti (26 testi, pari al 20 per cento), costituito da quei pensatori non facilmente classificabili in categorie precise, ma sempre con una base in comune che è la rottura in linea di massima con i limiti positivistici. Cospicua è la schiera dei romantici (21 volumi, pari al 14 per cento), mentre si affacciano i pragmatisti (8 testi, pari al 5 per cento) che da soli contribuiscono a creare una linea nella linea dando impronta di novità alle ricerche di Papini. Il resto della produzione riguarda titoli storici e classici di filosofia rinascimentale, illuministica, greca, latina e medievale, nonché orientale, secondo una moda diffusa nella cultura del tempo. Per quanto riguarda la nazionalità dei pensatori va detto che circa il 24 per cento è italiana, mentre il 18 per cento è tedesca; il resto è distribuito in modo più o meno omogeneo tra inglesi, francesi e via dicendo.



Tutti i dati fin qui forniti riguardano prevalentemente l'attività della Carabba fino al 1924, anno della morte di Rocco, che chiude indubbiamente il periodo di maggiore splendore della casa editrice. La collaborazione vera e propria di Papini, comunque, si era già incrinata a partire dal 1920, allorché l'editore, in seguito alla nota crisi religiosa dello scrittore fiorentino, non ritenne di venire incontro alle sue richieste di ritirare dal mercato le *Polemiche religiose* edite nel 1917. Il libro del Papini ateo era in ogni caso pervaso dal tormento religioso e dall'affanno spirituale, dall'angoscioso desiderio della ricerca di Dio. Egli vi si atteggia a distruttore di principi e di idee e talvolta spinge il suo ateismo in maniera cruda e brutale oltre le estreme conseguenze, anche se il volume, suo malgrado, resta pur sempre la più convincente e dichiarata testimonianza della sua crisi profonda, della sua svolta verso il cattolicesimo intransigente. Un altro libro, la *Storia di Cristo*, edito nel 1921, è il segnale dell'avvenuto mutamento spirituale, ma anche, sul piano editoriale, l'apertura definitiva verso un nuovo editore come Vallecchi, al quale Papini si era già accostato nel 1918 con *Giorni di festa e Chiudiamo le scuole* e nel 1920 con *L'esperienza futurista*.

Tra il 1907 e il 1909, dunque, con l'inserimento di Papini in qualità di direttore editoriale, la piccola azienda abruzzese cambiò volto, anche perché «Gianfalco» aveva tutta l'intenzione di contrappor-

DI PADRE IN FIGLIO

Nella pagina accanto: Giuseppe Carabba, figlio di Rocco (a fianco con una pubblicità dei suoi stabilimenti), che insieme al fratello Gino continuerà l'impresa paterna.

EDITORI CHE LASCIANO IL SEGNO - 3

si al binomio Croce-Laterza. In assenza di documentazione diretta (essendo l'archivio Carabba, a quanto si dice, andato distrutto dai bombardamenti della Seconda guerra mondiale), è possibile ricostruire qualche vicenda attingendo alle lettere papiniane di questo periodo indirizzate a vari amici della cerchia vociana. Il programma per una collezione di filosofi antichi e moderni era già stato ideato nel 1907 se Papini scriveva a Prezzolini: «Come vedi mi son deciso a far l'editore. Tu capisci il doppio perché: per essere occupato e per guadagnare. Inizio una piccola biblioteca ("Cultura dello spirito") a una lira il volume di 64 pp. che conterrà scritti di filosofi antichi e recenti, esposizioni di nuovi movimenti di idee, antologie di mistici, traduzioni di cose orientali, polemiche scientifiche ecc.». Tra i titoli previsti spiccavano *La natura e lo spirito* di Boutroux, le *Prediche scelte* di Eckhart, la *Storia del pragmatismo* dello stesso Papini e «volumetti di Aristotele, Empedocle, Eraclito, Schopenhauer, Fechner, Bergson, James», nonché la traduzione dei *Libelli* di Swift ad opera di Prezzolini. In un primo momento quest'ultimo dovette rimproverare l'amico di essersi dedicato ad un lavoro pratico dimenticando la sua missione di intellettuale, tant'è che Papini oppone fermamente alle obiezioni le sue oneste motivazioni, che nulla avevano a che fare con il guadagno, quanto con «il bisogno assoluto di occupar[s]i molto per non pensare all'inutilità del tutto». La difesa di Papini dinanzi a tali accuse implicava un concetto dell'editore come figura non solo di «mercante», ma di «un pensatore che dopo essersi accorto dello sfruttamento editoriale cerca di creare una piccola azienda un po' diversa dalle altre e in cui sarà possibile pubblicare cose che nessun altro editore accetterebbe» (lettera del 15 aprile 1907 in *Storia di un'amicizia*, Firenze, Vallecchi, 1966).

Il giovane intellettuale fiorentino, comunque, vive un periodo di profonda confusione, a tal punto che decide di rinunciare all'impresa su consiglio di Prezzolini («Tu capisci quanto le tue lettere siano state importanti per me. Perdere la tua amicizia significherebbe uccidere la parte migliore della mia anima. Ti basta il pensiero per avermi svegliato come ringraziamento» [lettera del 17 aprile 1907]). Ne consegue un periodo trascorso a Milano all'inizio del 1908, ma l'esperienza con quotidiani ed editori si rivela fallimentare, mentre nel contempo abortisce *Il Commento*, che voleva essere un nuovo tipo di giornale rapido e sincero: resta in effetti il primo ed unico numero in cui Papini, Soffici e Prezzolini avevano deciso di porsi in rapporto di «illuminazione pedagogica» con la Nazione.

Dopo la delusione lombarda si apre una lunga e incisiva esperienza con la campagna toscana e tiberina che lo ricaricherà di nuove energie. Ed è proprio questo il momento in cui presumibilmente si stringono i rapporti con Rocco Carabba, come risulta da una serie di scambi epistolari con «i vociani», tra cui Amendola. Con l'editore di Lanciano Papini avvierà una lunga e proficua collaborazione: a parte la ricordata "Cultura dell'anima" (1909) e "Scrittori nostri" (1910), nel 1911 aiuterà Bоргese a fondare la serie "Antichi e moderni", come già aveva coinvolto Rabizzani per "L'Italia negli scrittori stranieri". Per quanto riguarda la serie "Antichi e moderni" diretta da Bоргese si contano 75 volumi dal 1911 al 1931, costituiti in prevalenza da prosa e romanzi (oltre il 50 per cento), mentre la poesia occupa all'incirca il 17 per cento. Il motivo di tale discrepanza sta nel fatto che Bоргese – come si espresse nella presentazione della serie – preferiva opere di narrativa perché le traduzioni erano più letterali e accessibili, di contro alle difficoltà che presentava

la resa in altra lingua di quelle in versi. Fra gli autori, data la specifica competenza di Borgese, erano prediletti i tedeschi, in numero di 31 (pari al 40,20 per cento), seguiti dai russi (12 titoli), dagli spagnoli (10), mentre è da notare la bassa frequenza dei francesi, limitati a 4. L'interesse per la cultura tedesca, del resto, risale al primo viaggio del critico siciliano in Germania nel 1907, allorché nascono le corrispondenze raccolte ne *La nuova Germania* (1909), poi ampliate ne *La vita e il libro* (1910-1913), nonché il saggio *Mefistofele*, con un saggio sulla personalità di Goethe (Firenze, 1911) e gli *Studi di letterature moderne* (1915), dedicati alla letteratura italiana, francese, inglese, americana, tedesca, spagnola, russa. Il livello e i risultati critici di questi scritti rivelano l'impegno teorico e l'elaborazione di poetiche che Borgese riflette anche nel programma culturale della sua collezione carabbiana. Questa attività è il fondamento della fisionomia di un critico tra i più ingegnosi del primo Novecento per la sua capacità di divulgare il nuovo idealismo di contro all'ideologia professata dal metodo storico. Applicando il primo crociansesimo, Borgese ebbe anche la forza di chiarire la possibilità di atteggiamenti diversi da quelli di Croce, contribuendo a formare, com'è noto, gran parte del gusto estetico novecentesco. Tra i titoli più eloquenti e singolari si ricordano nel 1913 la traduzione dal greco moderno de *L'erba d'amore* di Gheorghios Drosinis, che resta tuttora l'unica edizione italiana del poeta neo-ellenico; la versione, sempre nel 1913, del dramma *Le tre sorelle* di Čechov e nel 1914 quella de *Il gabbiano*; mentre del 1921 sono *La Fedra* e *La Sfinge* di De Unamuno, rappresentante del pragmatismo fideista spagnolo, già considerato da Papini, che nella "Cultura dell'anima" aveva stampato l'importante *Vita di Don Chisciotte e Sancio* (1913), contenente la



visione filosofica dello scrittore. In tutta questa frenetica attività si può dire che la figura di Rocco Carabba rimane sostanzialmente dietro le quinte, almeno nelle scelte culturali, ma in lui è da apprezzare la capacità di aver intuito quale crescita fosse possibile realizzare affidandosi a intelligenze pronte e all'avanguardia. Di conseguenza egli non appartiene certo alla schiera degli «editori senza coraggio» deprecati da Prezzolini ne *L'italiano inutile*. A giudizio di quest'ultimo, anzi, la serie della "Cultura dell'anima", «nonostante i suoi difetti, giovò alla cultura degli italiani del '900».

In conclusione: attorno a Papini si raccolse un'intera generazione votata al rinnovamento culturale della Nazione, nata dalle ceneri del Risorgimento e delusa nei propri ideali. Il ruolo di Rocco Carabba è quello di aver offerto un supporto concreto alle nuove idee permettendo agli intellettuali vociani di costruire l'anima delle cose rinnovando la coscienza morale collettiva. Alla sua morte, il 26 gennaio 1924, egli lasciava un'eredità cospicua, imprime un segno indelebile nella storia dell'editoria novecentesca. Il suo esempio, infine, raccolto per ancora molti anni dai figli Giuseppe e Gino, dimostra come il luogo geografico conti ben poco negli affari di cultura e come un tipografo locale, trasformandosi in imprenditore, possa aprire i confini della provincia alla Nazione e all'Europa.

Gianni Oliva

NELLA CAPITALE DEL TORCHIO

Nella pagina a fianco: la Libreria Ulrico Hoepli, tempio milanese del libro, all'epoca in Corso Vittorio Emanuele II a Milano.

CONCISA STORIA DELL'EDITORIA ITALIANA

DALL'ARRETRATEZZA PREUNITARIA
ALLA MILANO CAPITALE DEI LIBRI

COME DIVENTAMMO LETTORI

A FINE OTTOCENTO IL GRANDE BALZO AVVENNE GRAZIE AI COLTITREVES E SONZOGNO. NEL NOVECENTO FURONO INVECE DUE "TIPOGRAFI", MONDADORI E RIZZOLI, A CONQUISTARE IL PUBBLICO DI MASSA

di GIAN ARTURO FERRARI

Per misurare il cammino percorso in un secolo e mezzo dall'editoria libraria italiana basta figurarsi che cosa era Milano, per non dire Roma, nel 1869 rispetto a Parigi, Londra o Berlino. Culturalmente parlando s'intende. Berlino era il centro europeo del pensiero scientifico, puro e applicato. E della storia, concepita come scienza, le scienze storiche, appunto. A Londra si celebrava, ma già da un pezzo, il trionfo del romanzo e del suo pubblico elettivo, le donne. Sir Walter Scott, l'inventore del *best seller*, era precedente di ben due generazioni, era morto nel 1832. Il più grande romanziere, forse di tutti i tempi, Charles Dickens, di una sola, sarebbe morto da lì a un anno, nel 1870. I libri in Gran Bretagna erano molto cari e si leggevano non comprandoli, ma

abbonandosi alle biblioteche circolanti. I cui proprietari preferivano i romanzi lunghi perché li potevano dividere in tre volumi, da affittarsi ciascuno separatamente. Li chiamavano *three de-ckers*, a tre ponti, come le navi di maggior stazza della Royal Navy. Ma la capitale della nuova cultura borghese era indiscutibilmente Parigi. Quando gli editori italiani si riunirono per la prima volta centocinquant'anni fa, a Parigi era già morto, nel 1864, Louis Hachette, il figlio di una lavandaia che grazie ai libri scolastici (le leggi Guizot sull'istruzione primaria sono in Francia del 1833 e '36) e ai libri ferroviari, venduti nelle stazioni, era diventato il più grande e il più ricco editore al mondo. A Parigi da tempo erano già nati il pubblico e il mercato del libro, modernamente intesi. La grande stagione dei Flaubert, dei

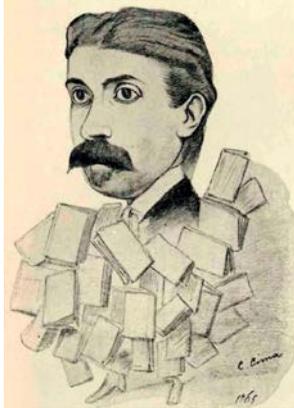
Baudelaire, dei Dumas, di Victor Hugo era alle spalle, si affacciava quella dei Maupassant, dei Verne, degli Zola. Erano passati trent'anni da quando il più prolifico di tutti, Balzac, aveva potuto dedicare proprio all'editoria quello che Marcel Proust giudicò il suo romanzo più bello, *Illusioni perdute*. L'Italia restava nella sua aristocratica esiguità, il conte Leopardi, il conte Manzoni. Cose sublimi, ma un mondo piccolo, periferico. Il libro più venduto fino all'ultimo quarto di secolo fu *Le mie prigioni* di Silvio Pellico. Ancora nel 1872 il maggior quotidiano italiano, *Il Secolo*, non raggiungeva le trentamila copie. La popolazione era costituita per tre quarti da analfabeti. Molti esaltano il miracolo italiano del secondo dopoguerra, ma pochi ricordano lo sforzo immane dell'Italia postunitaria per uscire da una spaventosa arretratezza, per entrare nella modernità. Per restare ai libri, mancavano al nostro Paese tutti gli ingredienti fondamentali che avevano cambiato il volto dell'editoria in Francia, Gran Bretagna e Germania. Non c'era il pubblico. Alessandro Manzoni rischiò di perdere tutto il patrimonio ereditato dal conte Carlo Imbonati, a lungo compagno di sua madre, Giulia Beccaria, quando si imbarcò nell'edizione di lusso del suo romanzo. Il *break even* era a 10.000 copie, ne vendette 4.600. La base tecnologica era antiquata, piccole imprese con un paio di torchi. Nel 1847 a Napoli si contavano 114 stampatori contro i 60 di Parigi, che era Parigi. Gravavano ancora dazi sui libri e sulla carta. La rete ferroviaria



era ridottissima e sparsa in una miriade caotica di minuscole società locali. Il sistema scolastico avrebbe reso l'istruzione elementare obbligatoria solo nel 1877 con la legge Coppino. Mancava soprattutto l'impatto sociale complessivo della civiltà industriale: il lavoro che richiede conoscenza (e quindi libri, come avrebbe dimostrato Ulrico Hoepli); il modello di vita urbano; l'emancipazione femminile, premessa indispensabile alla nascita del pubblico; l'emersione dei ceti medi come classe egemone. Tutto questo non spaventò gli 86 fondatori della Associazione libraria italiana. Giuseppe Pomba, Casimiro Bocca, Gaspero Barbèra, Felice Le Monnier, Edoardo Sonzogno, Nicola Zanichelli, Emilio Treves e tutti gli altri erano gente decisa, ostinata nella difesa dei propri interessi, ma che sapeva anche guardare lontano. Per questo appena se ne presentò l'occasione aderirono alle organizzazioni internazionali, prima mondiale e poi europea, degli editori. Sempre per questo nel 1910 furono tra i fondatori di Confindustria. Ribadivano che quella dei libri era un'industria e che l'industria

editoriale italiana si ispirava ai modelli internazionali. Ebbero anche fortuna, gli editori italiani: sfruttarono il fatto che le grandi arretratte vennero superate, certo parzialmente ma superate, tutte nello stesso torno di tempo, nei quarant'anni precedenti la guerra mondiale. E, cambiato segno, divennero altrettanti fattori propulsivi. Gli investimenti in capitale fisso, nelle nuove macchine, erano certo molto onerosi, ma consentirono di abbassare i costi di produzione e di conseguenza i prezzi. Il nascente pubblico italiano ebbe subito a disposizione libri molto accessibili. Viceversa il pieno sviluppo dell'editoria scolastica dovette attendere il secondo dopoguerra, e anche molto inoltrato, quando, libera da condizionamenti politici (ricordiamo tutti il testo unico fascista) l'editoria stessa poté assumere un ruolo da protagonista nel rinnovamento didattico.

L'editoria italiana è sempre stata policentrica, in ragione della sua origine preunitaria. Alla quale risale anche, in ultima analisi, la straordinaria effervescenza di intraprese editoriali che caratterizza tutt'oggi il nostro Paese, quella che un poco riduttivamente – dato che l'economica è una ma non l'unica sua dimensione – si usa chiamare piccola editoria. Ma pur in questa policentricità l'editoria italiana è sempre stata egemonizzata da Milano, in ragione della vocazione prima commerciale e poi industriale di questa città. Degli 86 fondatori, 34 erano milanesi seguiti al secondo posto, a pari merito, dai sette di Torino e Napoli. Mancava Roma, ma la sostanza non cambia.



Forse l'eccezione di maggior rilievo è stato ed è tuttora il sistema delle case editrici fiorentine, che grazie a Renato e Sergio Giunti ha trovato non solo una sua stabilità ma anche una nuova forza espansiva. Il predominio milanese spiega perché nel primo secolo e mezzo le figure più rappresentative siano forse state due coppie di editori appunto milanesi, nella prima fase Treves e Sonzogno, nella seconda Mondadori e Rizzoli. Borghesi e colti i primi due, *self made men* e incolti i secondi. Treves e Sonzogno, entrambi all'origine giornalisti, si erano fatti le ossa a Parigi ed entrambi a Parigi guardavano come ad una patria ideale. Treves liberale classico, figlio del rabbino capo di Trieste, grande occhio editoriale, grande intuito di mercato. Non esitò a cambiare cavallo, saltando dal relativamente vecchio Verga al relativamente giovane D'Annunzio. Sonzogno, radicale alla francese, sodale di Felice Cavallotti, vulcanico, melomane, filantropo, fautore del prezzo minimo e del pubblico massimo. Mondadori e Rizzoli venivano entrambi dalla tipografia, più lucido il primo che vide lo spazio per creare in Italia un grande editore nazionale, più abile il secondo che seppe sfruttare al meglio la commessa di stampa della Treccani. Mondadori aveva la quinta elementare e se ne lamentava, civettando, con il suo banchiere Raffaele Mattioli. Il quale un bel giorno gli disse: «Ma senta, Mondadori, secondo me lei ha studiato troppo. Guardi Rizzoli, che ha solo la seconda, e veda un po' dove è arrivato». Partita per ultima tra le grandi editorie, quella

Forse l'eccezione di maggior rilievo è stato ed è tuttora il sistema delle case editrici fiorentine, che grazie a Renato e Sergio Giunti ha trovato non solo una sua stabilità ma anche una nuova forza espansiva. Il predominio milanese spiega perché nel primo secolo e mezzo le figure più rappresentative siano forse state due coppie di editori appunto milanesi, nella prima fase Treves e Sonzogno, nella seconda Mondadori e Rizzoli. Borghesi e colti i primi due, *self made men* e incolti i secondi. Treves e Sonzogno, entrambi all'origine giornalisti, si erano fatti le ossa a Parigi ed entrambi a Parigi guardavano come ad una patria ideale. Treves liberale classico, figlio del rabbino capo di Trieste, grande occhio editoriale, grande intuito di mercato. Non esitò a cambiare cavallo, saltando dal relativamente vecchio Verga al relativamente giovane D'Annunzio. Sonzogno, radicale alla francese, sodale di Felice Cavallotti, vulcanico, melomane, filantropo, fautore del prezzo minimo e del pubblico massimo. Mondadori e Rizzoli venivano entrambi dalla tipografia, più lucido il primo che vide lo spazio per creare in Italia un grande editore nazionale, più abile il secondo che seppe sfruttare al meglio la commessa di stampa della Treccani. Mondadori aveva la quinta elementare e se ne lamentava, civettando, con il suo banchiere Raffaele Mattioli. Il quale un bel giorno gli disse: «Ma senta, Mondadori, secondo me lei ha studiato troppo. Guardi Rizzoli, che ha solo la seconda, e veda un po' dove è arrivato». Partita per ultima tra le grandi editorie, quella

Qui sotto, Giulio Einaudi in visita al presidente della Repubblica Antonio Segni per far dono del libro *La cognizione del dolore* di Carlo Emilio Gadda, luglio 1963. Nella pagina accanto, Edoardo Sonzognò (caricatura di Cima).

italiana ha però il merito di aver creato un modello che ha poi avuto numerosissimi imitatori anche fuori d'Italia. È l'editoria di cultura all'italiana, il cui indiscusso inventore è stato Giulio Einaudi. Tutta diversa da quella tedesca, mai priva di una certa rigidità accademica. Ma anche da quella francese, votata alla letterarietà assoluta o dall'editoria fatta da *gentlemen* e per *gentlemen* inglesi, il cui corrispettivo italiano è stata semmai la Bompiani. L'invenzione di Einaudi (e poi del suo seguace Luciano Foà, fondatore di Adelphi) è stata puntare tutto sul connubio tra prestigio e *chic*. Su altezza intellettuale e impeccabile eleganza. Sul padre, unico liberale presidente della Repubblica, e su Palmiro Togliatti, che gli affidò la pubblicazione di Gramsci. L'evoluzione dell'editoria libraria prevede che nella figura dell'editore si vengano progressivamente scindendo le funzioni proprietarie e imprenditoriali da quelle specificamente editoriali, di scelta e pubblicazione dei libri. E che queste ultime, comunque decisive per la sorte delle case editrici, vengano esercitate da funzionari che si fregiano di varie denominazioni, direttori generali, direttori editoriali, *publisher*, *editor-in-chief* e via dicendo. Nel primo secolo e mezzo di vita dell'editoria italiana tre figure hanno lasciato una traccia indelebile. La prima è stata quella, oggi ignota ai più, di Luigi Rusca. Già riorganizzatore del Touring Club Italiano, Rusca alla fine degli anni Venti venne inserito dalla proprietà Borletti in Mondadori come direttore generale, in realtà per sorvegliare Arnaldo, amministratore delegato, che aveva appena comperato per una cifra astronomica i diritti di D'Annunzio. Rusca fu l'architetto della Mondadori, le diede una struttura poi riprodotta in quasi tutte le case editrici

italiane. Separò la produzione italiana, che lasciò ad Arnaldo, da quella straniera di cui si occupò invece personalmente. Era un liberale, non voleva avere a che fare con il Regime. Suddivise la medesima produzione per fasce: quella più popolare, dove inventò i "Gialli"; poi l'intrattenimento e l'evasione, soprattutto femminile, con gli "Omnibus" e "I Romanzi della Palma"; poi ancora la narrativa letteraria con la "Medusa". Cacciato dalla Mondadori alla fine della guerra, era diventato troppo potente, andò alla Rizzoli dove inventò la "BUR". Concluse la sua vita editoriale (ne aveva avute altre, come manager nell'edilizia) diventando autore, sempre per Rizzoli, di un fortunatissimo best seller, *Il breviario dei laici* e dei suoi numerosi seguiti. Se senza Rusca non ci sarebbe stata Mondadori, senza Pavese non ci sarebbe stata Einaudi. Cesare Pavese non fu l'architetto, ma il muratore dell'Einaudi, la tirò letteralmente su, mattone dopo mattone, libro dopo libro, occupandosi di tutto, leggendo tutto, provvedendo a tutto. Scrivendo soprattutto





a tutti, dato che all'epoca non si usava il telefono. Il che si è rivelata nel tempo una fortuna, le sue lettere editoriali sono restate e sono state pubblicate in un bellissimo libro, *Officina Einaudi*, dove *officina* non è una metafora, ma va presa alla lettera, tra il rumore dei martelli e delle lime con cui si fabbricano i libri. Una lettura ancor oggi entusiasmante, migliore, se mi è lecito dirlo, di quella dei suoi romanzi. Ancor oggi Cesare Pavese rimane il più efficace maestro di editoria pratica. Anticonformista fino ai limiti della provocazione, Mario Spagnol ha avuto il coraggio, nell'atmosfera compunta e plumbea degli anni Settanta, di difendere tutto quello che era consi-



derato indifendibile: il mercato, i best seller, il successo, l'editoria di massa. In un'intervista all'*Espresso* attaccò la cosiddetta editoria di catalogo e sostenne che per un editore il libro ideale era quello che si vendeva tutto, fino all'ultima copia, e poi non se ne sentiva parlare mai più. Provocava, naturalmente, sbeffeggiava il perbenismo e l'ipocrisia dominanti. Proprio lui, che era stato prima con la "UE Feltrinelli", poi con gli "Oscar" Mondadori, poi ancora con la "BUR" Rizzoli e infine con la TEA – ma lì da editore in proprio – l'inventore del *paperback* in Italia. Non una questione di solo formato, il tascabile, non una questione di solo prezzo, l'economico, ma di sostanza editoriale, il modo per dare a un titolo vivo, non a un classico fuori diritti, una doppia vita, prima a prezzo alto e rilegato, poi, un paio d'anni dopo, a prezzo dimezzato e in brossura, appunto il *paperback*. Il cui successo in Italia fu dovuto alla grande riforma che nel 1962-63 introdusse la scuola media unificata. A dimostrazione del fatto che il solo aiuto che l'editoria chiede e che lo Stato può e deve darle è più scuola, più scuola, più scuola. E anche, se è lecito dirlo, una scuola migliore.

Non c'è un esame di maturità editoriale, un metodo per sapere quando e se un sistema Paese ha raggiunto il pieno sviluppo nell'industria libraria. Un indicatore significativo, accanto naturalmente alla classifica dei mercati, dove noi siamo stabilmente quarti in Europa, è quando si affaccia sulla scena un grande autore nazionale, un autore cioè che presenta congiunte tre caratteristiche: un largo consenso di pubblico, un altrettanto largo consenso di critica e infine un forte prestigio internazionale. È chiaro che i meriti principali sono degli autori stessi, ma non va sottovalutato

Nella pagina accanto: sopra, Valentino Bompiani, Inge Feltrinelli e Livio Garzanti; sotto, Angelo Rizzoli e Giulietta Masina alla Mostra del Cinema di Venezia, 1960. In questa pagina: sopra, Alberto Mondadori, Nini Bompiani, Arnaldo Mondadori e Valentino Bompiani; sotto, Ernest Hemingway e Arnaldo Mondadori, Meina, 1948.

il contributo degli editori, spesso il risultato finale dipende dalle loro scelte. La Germania aveva raggiunto questo traguardo già a metà Ottocento con la triade dei suoi grandissimi storici, Jacob Burckhardt, Leopold von Ranke e soprattutto Theodor Mommsen. La Gran Bretagna ancor prima con Sir Walter Scott, seguito poi da George Eliot (una donna che, come già George Sand, aveva dovuto assumere un nome maschile) e da Charles Dickens. In Francia i due primi e maggiori sono stati senza dubbio Victor Hugo e Honoré de Balzac. Il neonato sistema italiano riuscì a produrne due prima della Prima guerra, Benedetto Croce e Gabriele D'Annunzio. In entrambi i casi il ruolo dei rispettivi editori fu decisivo. Giovanni Laterza fu più l'apostolo che l'editore di Croce. Emilio Treves letteralmente disegnò il profilo di D'Annunzio. Nel secondo dopoguerra si sono aggiunte due figure magne, diversissime tra loro, ma accomunate dall'essere entrambe di provenienza editoriale, nati e cresciuti dentro le case editrici, Italo Calvino in Einaudi e Umberto Eco in Bompiani. Ai quali è opportuno affiancare Andrea Camilleri, che senza Sellerio non sarebbe forse esistito, così come Elena Ferrante non sarebbe forse esistita senza gli editori di e/o. E accanto ad essi Roberto Saviano, che con un *exploit* senza precedenti ha saputo dare nuovo senso all'idea di impegno civile. Su tutti però si staglia la figura suprema e davvero universale di Primo Levi, forse la voce più alta che l'Italia abbia avuto.

Il maggior merito, vorremmo dire la maggior gloria, dell'editoria italiana nel dopoguerra è stata tuttavia la difesa della libertà d'espressione. Una difesa non a parole, ma nei fatti. L'episodio di maggior rilievo è stato senza dubbio la pub-



blicazione nel 1957 del *Dottor Živago* di Boris Pasternak, che diede alla nostra editoria un rilievo mondiale. Il capolavoro, ferocemente avvertato dall'autorità politica del suo Paese, poté vedere la luce prima in Italia e poi nel resto del mondo solo grazie all'impegno e al coraggio di un editore italiano, Giangiacomo Feltrinelli. Nel 1989 fu ancora un editore italiano, Mondadori, l'unico al mondo a pubblicare *I versi satanici* di Salman Rushdie dopo la condanna a morte promulgata dall'ayatollah Khomeyni. Gli editori italiani il loro esame di maturità, se mai ce ne fosse uno, l'hanno passato.

Gian Arturo Ferrari



ALLA DONNA DEL VENTENNIO

Nella pagina a fianco, la copertina del primo numero del terzo anno di pubblicazione, il 1926, di *Maschietta. Rassegna mensile d'allegria*.

EDITORI TRA FASCISMO E REPUBBLICA

DA NINO A OTTAVIA: LE AVVENTUROSE VICENDE DELLA VITAGLIANO

PER FARE SOGNI DI CARTA

UN INIZIO "ESAGERATO" POSE LE PREMESSE PER IL FALLIMENTO, MA I SUCCESSIVI TENTATIVI, MENO AMBIZIOSI E PIÙ ORIENTATI A UN PUBBLICO "LEGGERO", FECERO DECOLLARE L'IMPRESA

di CARLO CAROTTI E PATRIZIA CACCIA

Antonino (Nino) Vitagliano (Palermo, 19 marzo 1885 - Milano, 12 settembre 1933), con il suo socio Enrico Cavacchioli, costituisce la casa editrice nel luglio del 1920. Ma già nel giugno del 1918 presenta sul *Giornale della Libreria* il primo volume dato alle stampe, *I fucinatori della vittoria*, un documento sulla resistenza dei militari italiani nella Grande guerra. La produzione della nuova impresa editoriale – società in nome collettivo, con sede in Via Durini 14, a Milano, capitale sociale di 50.000 lire sottoscritto dai soci in parti uguali – è ampia e diversificata e viene affidata a Cavacchioli.

Nel 1920 pubblica una ottantina di volumi, dimensione sproporzionata e “incontenibile” tanto che, in un rogito dell’11 gennaio 1921, «i soci conven-

gono l’anticipato amichevole scioglimento della loro società», nata con un programma «giovane di idee e di propositi che si ripromette[va] di rinnovare per quanto possibile il mercato editoriale, lanciando una serie di edizioni destinate al successo più clamoroso», soprattutto di narrativa italiana e di opere teatrali (*Raccontanovelle*, 1919-1921; un testo di Sabatino Lopez, *Gli ultimi zingari*, con copertina a colori del pittore Ventura, punto di forza della casa editrice; una collezione teatrale diretta da Renato Simoni e un’altra straniera diretta da Dario Niccodemi).

In questo contesto ormai compromesso, il 2 aprile 1921 l’azienda viene ceduta alla Bemporad e sostituita dalla società per azioni Casa editrice Vitagliano con capitale sociale di 500.000 lire. Il nuovo presidente è Enrico Bemporad che prosegue

l'attività assai ridotta rispetto all'anno precedente. Nel 1922-23 la situazione economica diventa sempre più precaria per contrasti e accordi con diversi autori su compensi e diritti. Dopo una intensa collaborazione, la principale diatriba è con Renato Simoni; altre si verificano con Antonio Rubino, Matilde Serao e Guglielmo Zorzi. Sempre sull'orlo del fallimento, un "sequestrario giudiziale" gestisce la società in base a un decreto del Tribunale di Milano del gennaio 1922. Con la trasmissione del "bilancino", il 20 gennaio 1923, l'Editrice cessa le sue funzioni e, nel 1924, è messa in liquidazione e depennata dalla Associazione editoriale libraria italiana.

Al contempo, Nino Vitagliano «dopo aver svolto attività diverse» fonda, quale Esercizio individuale, la Casa Editrice Italiana Gloriosa che, da una bozza di un'informatica della Questura datata 22 gennaio 1933, risulta iscritta al Consiglio provinciale dell'economia corporativa dal 24 ottobre 1921. La prima sede è a Milano in Via Montenapoleone 35; successivamente si trasferirà in Via Vivaio 14.

Diversa è l'impostazione che Nino dà alla sua impresa. Invece di rivolgersi, come in precedenza, al "lettore abituale" dà vita a pubblicazioni popolari privilegiando i periodici rispetto ai libri. Da una nota della Questura del 15 maggio 1925, si apprende che nei primi anni Venti vengono editi le riviste *La scapigliata*, *Maschietta* e *Cri-Cri*. Di questi periodici non si hanno notizie se non nella pubblicità inserita nei volumi della Casa. Maggiori informazioni si hanno per *Signorine* (1925), un quindicina-



le illustrato, e *Signore e signorine* (1927). Nel 1924 esce *Cine-cinema* che attua ampiamente il progetto editoriale volto alla diffusione del cinema inteso come mito hollywoodiano. Con esso viene promosso un vero e proprio genere di rotocalco cinematografico.

grafico destinato a una strepitosa popolarità pochi anni più tardi. A tale primato si aggiunge la moda dei supplementi illustrati (o collane) dedicati alla trama romanzata di un film di successo o alla biografia di un divo con “I grandi artisti del cinema” (1925), “I grandi film” (1926), “Romanzi film” (1927). Molto conosciuto è il settimanale *Excelsior* che, nato nel 1926 e diretto inizialmente dallo stesso Vitagliano poi da Giuseppe Faraci ed infine dalla moglie di Nino, Ottavia Mellone (Milano, 27 febbraio 1894 - ivi, 8 aprile 1975), «dedica due pagine agli avvenimenti della settimana nel mondo molto illustrati, una pagina al cinema, una alla moda, novelle e romanzo d’appendice», al prezzo di 50 cent. Nel 1930 viene promosso *Zenit*, un altro settimanale che avrà lunga vita, sempre animato da Ottavia, anche titolare della rubrica di posta del cuore, *Tu ed io*, sotto lo pseudonimo di Sonia.

Per la produzione libraria Nino sceglie gli autori più “collaudati” e popolari (Ponson du Terrail, Alexandre Dumas, Emilio Salgari, ecc.). Per i libri per ragazzi si avvale di illustratori già noti come Antonio Rubino, Sergio Tofano, Enrico Mauro Pinochi, Filiberto Scarpelli, Enrico Sacchetti e Aldo Bandinelli, oltre ai nuovi Domenico Natoli, Fabio Fabbì, Carlo Nicco e, per i testi per adulti, Silvio Bagni. Da citare, inoltre, *I Pirati delle praterie* (1924) di Gustave Aimard con 35 illustrazioni e copertina a colori del pittore Guido Tallone.

Nel maggio del 1927 Nino si accorda con Bemporad per riacquistare «la piena e libera disponibilità a tutti gli effetti civili e commerciali del proprio nome». Inoltre, Vitagliano, che si era servito per la stampa

delle proprie pubblicazioni (*Zenit* ed *Excelsior*) della tipografia Rizzoli, cessa questa dipendenza poiché «a testé provveduto all’impianto di una officina tipografica in Via Serio n. 1 attrezzandola con macchinario usato ma tuttora in ottime condizioni».

Con il n. 45, del 9 novembre 1932, di *Excelsior* Nino, iscritto al partito fascista dal 1924, cade in un infortunio. Nella già citata bozza di informativa, in parte cancellata, del 22 gennaio 1933, il Questore scrive: «[riproducendo] in copertina la figura del

Duce a cavallo a fianco della quale era stampato un breve cenno sull’opera svolta dal Regime nel Decennale e contenente, sotto la figura, il titolo di una novella, dal titolo *Esibizionismi*, per quanto in buona fede diede però prova di poca accortezza e diligenza nella direzione e controllo della rivista».

Nino muore nel 1933. La conduzione dell’Editrice e della Rotocalcografica passa alla moglie. Dopo aver ricoperto il ruolo di segretaria, Ottavia, con il matrimonio, diventa una stretta collaboratrice del marito, a maggior ragione quando da giornalista pubblicista

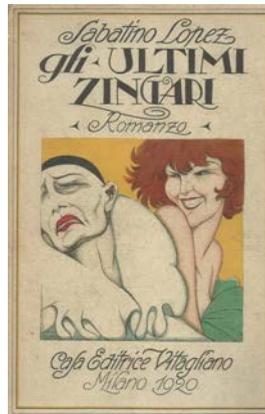
(1926), aveva già dimostrato di avere notevoli intuizioni sia nel campo editoriale sia in quello gestionale. Tali capacità la configurano come una delle poche – se non l’unica – imprenditrici del periodo. Per *Excelsior*, pubblicizzato come periodico della famiglia italiana, ma indirizzato in particolare alle donne, “quelle volute dal regime”, la Vitagliano seguiva con successo dal 1929 la rubrica di corrispondenza *Eva allo specchio. La posta di Sonia*. Anche *Zenit*, settimanale di novelle e romanzi a puntate, che si distingue per l’utilizzo in copertina di grandi



Nella pagina a fianco, la copertina del romanzo di Dario Niccodemi, *La morte in maschera*; qui sotto, Sabatino Lopez, *Gli ultimi zingari*, entrambi pubblicati nel 1920.

foto di dive del cinema, è diretto da lei. Verso la fine del 1938 la testata, diventata *Le vostre novelle*, sostiene la campagna razzista. A questo proposito è significativa la rubrica *Fiori della razza italiana* che presenta immagini di bei bambini, sani, floridi che i lettori sono sollecitati a inviare. La strategia editoriale perseguita dalla Vitagliano è quella di privilegiare la stampa periodica e libraria al femminile mentre continua a coltivare il settore del cinema popolare con incursioni nei giornali sportivi.

La pubblicazione che ha maggiore successo e durata è *Eva* che, sin dal primo numero, si rivolge in modo esclusivo alle donne con l'intento di aiutarle e di appoggiarle nel loro difficile ruolo di madri, spose, lavoratrici. Ottavia, che dirige il settimanale, è affiancata da Rosa Menni, artista, valente disegnatrice di stoffe e reale ideatrice del foglio, e dalla giornalista Rina Simonetta. I temi trattati sono quelli considerati tradizionalmente connessi al mondo femminile: moda, cucina, bellezza, salute del corpo, ricamo, cucito, arredamento. Come le precedenti produzioni della Gloriosa-Vitagliano, anche *Eva* mette in evidenza soprattutto il cinema hollywoodiano. Scrive Fasola nella *Bibliografia dei periodici femminili*: «Numerosi sono gli accenni al massiccio ingresso delle donne nel mondo del lavoro, fenomeno che il giornale giudica favorevolmente anche se non perde occasione per sottolineare che il compito assegnato alla donna italiana dal regime fascista è quello della maternità». La presenza però di firme come quelle di Menni, da sempre attenta all'arte decorativa e al proto design, di Bianca Ugo, per le recensioni di libri, di Elsa



Robiola, che in seguito diverrà una raffinata firma del mondo della moda, dei figurini, di René Gruau, di Brunetta e di Umberto Onorato, rende *Eva*, per alcuni anni, un periodico diverso dagli altri. Silvia Salvatici (*Il rotocalco femminile*, in *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, FrancoAngeli, 2004) propone un interessante confronto con *Lei*, la rivista di Rizzoli: «Sebbene ciascuna mantenga una propria specificità: *Eva* è più spregiudicata e *Lei* più sobria; *Eva* si occupa più di cinema e *Lei* di teatro; l'una dedica più spazio agli avvenimenti mondani e l'altra ha un più stretto rapporto con le lettrici». Ambedue le riviste, «costituiscono una novità a partire dalla veste editoriale. Sono stampate – con il nuovo procedimento fotomeccanico della stampa in rotocalco – su carta leggera; hanno un formato più grande, ma anche un numero di pagine ridotto rispetto alle usuali pubblicazioni periodiche; sono molto ricche di immagini, che ci appaiono virate nei colori seppia e viola. Si possono acquistare a solo 50 centesimi».

Uno dei giornali sportivi della Vitagliano è *Cosmos*. Alla testata, nata nel 1926, unì una collezione dallo stesso titolo di fascicoli illustrati e un settimanale di vita sportiva, *Azzurri* (1934). Contemporaneamente Ottavia continua a gestire l'attività della Rotocalcografia. Tra le riviste più note che vengono stampate in Via Serio ci sono *Le grandi firme*, *Sovrana*, poi *Grazia*, e *Tempo* di Mondadori che spesso si lamenterà dei risultati scadenti delle rotative. Ma la Vitagliano, dal carattere volitivo, riuscirà sempre a superare le proteste con abilità. Negli anni Cinquanta o primi Sessanta, lo stabi-



mento rotocalografico sarà rinnovato con macchinari modernissimi.

L'attività nel secondo dopoguerra si limita alle pubblicazioni periodiche nei soliti settori: femminili, sportivi, cinematografici. Nel 1945 inizia *Hollywood* (1945-1952), settimanale cinematografico diretto da Adriano Baracco, che ospita «articoli biografici e di attualità su attori e registi, trame di film, servizi sui film in lavorazione o di prossima programmazione, resoconti critici dei festival, critiche di film». Nel 1953 viene sostituito da *Festival* (1953-1961), settimanale di piacevole attualità.

A queste riviste si aggiungono, come vuole la tradizione della Casa, *Novelle film* (1947-1958?), settimanale di racconti cinematografici e *Cinero-manzo* (1950-?), settimanale con illustrazioni. Acquisito nel 1948, *Cinema* (1936-1956), che aveva avuto fra i suoi direttori Vittorio Mussolini, affida a Guido Aristarco la redazione della nuova serie, guidata prima da Adriano Baracco poi dalla stessa Ottavia. Aristarco, che vorrebbe andare oltre la semplice informazione puntando su una critica più intransigente (ideologica), nel 1952 abbandona in dissenso la rivista per fondare l'anno successivo *Cinema Nuovo*.

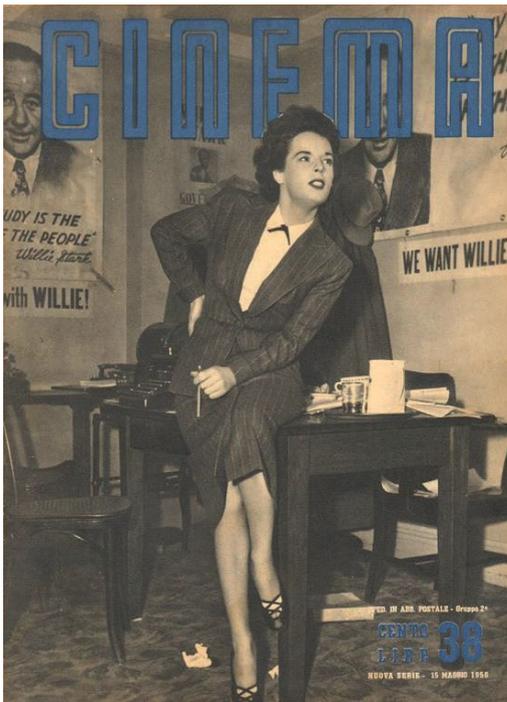
Nel 1951, con l'assorbimento di *Settimo giorno* di Gianni Mazzocchi, per l'Editrice si aprono nuovi spazi rispetto alla tradizionale attività dedicata in particolare ai femminili. Il settimanale di attualità politica e varietà «ebbe agli inizi un tono popolare (tipica la rubrica *Da leggere in treno o in tram* e la sua attenzione allo sport)». Come nota di colore va ricordato che Mazzocchi, prima di rilevare *Domus* nel 1929, aveva lavorato per due anni come collaboratore di Nino, amico di padre Giovanni Semeria, fondatore, con Gio Ponti, del periodico di architettura e design.

Un'altra testata da ricordare è *Rossana* (1958-1968), nome della figlia. La rivista propaganda «la mistica della femminilità in Italia: sposando insieme cattolicesimo e pubblicità, verginità e consumismo, fedeltà coniugale e supermercati», contribuendo «alla formazione della "nuova" casalinga italiana che veniva conoscendo televisione e frigorifero, creme depilatorie e *Christmas cards*». Nel 1957, compare e scompare nel giro di un anno *Football*. Nel 1958, la casa editrice entra nel settore enciclopedico con *Cronos* (1958-1960), una enciclopedia storica universale in cinque volumi.

Nella pagina accanto, la copertina di *Zenit*, numero 4, anno ottavo (1937).

Qui sotto: la copertina del numero 7 del secondo anno (1926) di *Cine-cinema* e del numero di maggio 1950 di *Cinema*.

Oltre a essere editrice e imprenditrice, Ottavia è anche autrice. Nel 1923 scrive, senza firmarlo, *Il libro delle favole* e nel 1936 dà alle stampe *Divina bellezza*. Per i ragazzi stila *Libro e Moschetto*, «completamente aderente alle idee fasciste», e, nel 1940, *Capitano Cip*, insieme a Mario Mortara con illustrazioni di Nino Pagot; *Proibito sognare*, un'opera tra il romanzo e l'autobiografia, esce nel 1965 per i tipi della N.E.V. (Nuova Editrice Vitagliano, costituita l'11 marzo 1965), avviata probabilmente al solo scopo di editare quell'unico volume. Nel 1953 Ottavia viene nominata Commendatore



dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana e, nel 1955, è eletta presidente del Soroptimist di Milano, associazione mondiale di donne professioniste.

Ottavia Vitagliano, donna di successo, grande combattente, da sempre politicamente orientata a destra, forse ostacolata negli ultimi anni di attività da figure poco limpide del settore economico finanziario, si spegne a Milano l'8 aprile 1975.

Carlo Carotti e Patrizia Caccia

L'ANIMA DEL COMMERCIO

Nella pagina a fianco: il manifesto per la XXXII Fiera del Libro di Zamora, Spagna, 2017; sotto, *A London Street Scene*, dipinto di John Orlando Parry, 1835 (Alfred Dunhill Collection).

EDITORIA E PUBBLICITÀ

DA GUTENBERG AI SOCIAL,
COME INVENTARE SLOGAN PER VENDERE TANTO

LA SEDUZIONE DEL LIBRO

SEGNALAZIONE E INFORMAZIONE NON BASTANO. DIVENTA ALLORA NECESSARIO CONVINCERE IL POTENZIALE LETTORE CON L'ESAGERAZIONE, L'EFFIMERO... E ANCHE CON CIFRE INVENTATE

di AMBROGIO BORSANI

In molti casi risulta difficile misurare l'influenza della pubblicità sulla vendita di un libro, ma è certo che senza pubblicità il libro registrerebbe risultati inferiori. Molto dipende da quale libro, quale sostegno, quale pubblicità, quale momento storico, quale sforzo economico e organizzativo, quale livello di fede nell'opera da parte dell'editore. Possiamo dividere la comunicazione del libro in tre categorie: Segnalazione, Informazione, Seduzione. La segnalazione è una fase necessaria, dovuta. Si iscrive il libro all'ISBN come lo si porterebbe al fonte battesimale.

L'informazione è una pura notizia del contenuto del libro. Di questo ramo della comunicazione esisteva una specie rara detta "imparziale", oramai quasi estinta. L'informazione si trova prin-

cipalmente nell'epitesto non prodotto dalla casa editrice. Sono interventi esterni come le recensioni e le interviste, che dovrebbero essere imparziali e informare il pubblico di una testata, ma spesso scattano su pressioni della casa editrice. L'editore più forte ha gli uffici stampa più potenti, quelli che hanno maggiori capacità seduttive presso i direttori delle pagine culturali e gli *influencer*.

Per comunicazione seduttiva intendiamo qualsiasi aggiunta, anche di un solo aggettivo, alle informazioni di base. Si comincia con "un libro importante" e si arriva a "capolavoro assoluto", si passa ai paginoni sui massimi giornali, agli spot televisivi fino alla cubista in mutande che lancia in discoteca il nuovo libro di un *performer*. Una *escalation* che si snoda lungo vari livelli di clamori.

Del resto il libro esce dallo stampatore già carico di segni seduttivi nel peritesto. Le immagini di copertina, i risvolti e i titoli cominciano a strizzare l'occhio, a sculettare, ad abbassare le spalline davanti al commesso della libreria che estrae i volumi dagli scatoloni. Se il libro riesce a sedurre il commesso lui gli dirà: «Va beh ti metto in vetrina, ma stai attento: se non ce la fai a conquistare i clienti, dopo un mese ti rimando indietro».

I gradi della comunicazione seduttiva sono vari. Non dobbiamo dimenticare che il libro è stato il primo prodotto a essere pubblicizzato, nell'era della carta stampata. Non tanto perché gli editori fossero più ricchi dei produttori di abiti o di mobili, ma perché erano anche stampatori e avevano in casa le attrezzature per produrre materiali pubblicitari.

La cosa sorprendente è che proprio il primo annuncio stampato, quello di Peter Shöffer del 1469, non è unicamente informativo, ma contiene già elementi moderatamente seduttivi.

«Chi vuole procurarsi gli scritti sottoelencati, corretti con grande diligenza e così stampati con



XXXII FERIA DEL LIBRO DE ZAMORA

del 8 al 11 de junio de 2017. Plaza Mayor

8/9 de 18/22 h. 10/11 de 12/14 h. y de 18/22 h.



i tipi di Magonza, e con cura anche in seguito, vengano a casa mia a vederli».

Quella giusta esposizione dei propri meriti «grande diligenza» e «con cura», sono comunque elementi volti a persuadere il possibile acquirente con l'elogio della propria offerta. Nulla in confronto a tutto ciò che sarebbe successo nei secoli successivi attorno al libro.

Con lo sviluppo crescente dei mass-media sarebbero arrivati i giornali, la radio, le affissioni, gli spot televisivi, la Rete e i social. I media più costosi sono la televisione e le affissioni. Gli spot su reti nazionali per un solo libro se li possono permettere solo Grisham e King in America, in Italia furono usati per De Crescenzo e pochi altri. La prima pagina intera di un grande quotidiano per un solo libro in Italia arrivò nel 1975 con *La Storia* di Elsa Morante. Le affissioni nazionali se le poteva permettere solo uno iscritto alla P2 come

Luigi Bisignani per *Il sigillo della porpora*, che nella fascetta editoriale portava la scritta «Il Ken Follett italiano». Pomparsi di elogi oltre il credibile, gonfiare il prodotto: si rischia l'*overclaiming*, un termine tecnico che in ambito pubblicitario significa esagerare nell'autocelebrazione, ed è ritenuto un fattore negativo per il grave rischio di ottenere l'effetto opposto della simpatia.

Le fascette editoriali, da sempre, sono trombe che si prestano a suonate iperboliche. «Dopo Joyce, Kafka, Musil, ecco...». «Il più grande giallista del nostro tempo». «Un capolavoro irresistibile». Le tirature vengono gonfiate. I futuristi erano maestri in questo. Alla prima edizione partivano spesso con la dicitura, stampata in copertina o in fascetta, «Seconda edizione» o addirittura «Terza». Per non dire delle false tirature esibite nella pubblicità. «20.000 copie in una settimana» vantava l'ultimo libro di Edoardo Nesi, di fronte a una tiratura di uno zero inferiore (*il Fatto Quotidiano*, 2 novembre 2019).

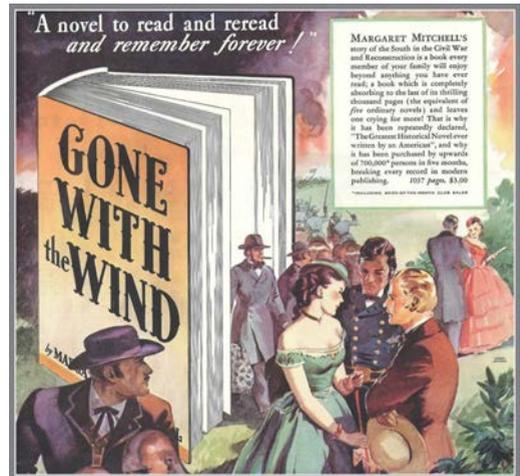
Le tecniche ardite per la promozione del libro sono tante, d'Annunzio a 17 anni, come è noto, quando uscì la sua prima raccolta di poesie *Primo vere*, per ottenere una recensione spedì alla *Gazzetta della Domenica* di Firenze il libro accompagnato da una lettera dove sotto la falsa firma G. Rutini scrisse che il giovane autore del libro era morto cadendo da cavallo. Altri hanno fatto ricorso a malattie, vere o presunte, per commuovere giurie di premi letterari. Isabella Santacroce si fece fotografare nuda come aveva fatto d'Annunzio nel 1883. Scriveva Baudrillard: «Il culo oramai è diventato un effetto speciale». Queste *performances* rientrerebbero nella categoria che in termini tecnici si chiama *publicity*. Ovvero la capacità di caricare il prodotto di elementi eclatanti

tanti in grado di suggerire ai media la convenienza di darne notizia senza passare dal tariffario. Per promuovere il libro si è fatto ricorso anche all'inserimento di pubblicità tra le pagine del libro, abbassare il prezzo e aumentare le vendite. È una forma di marketing che ha precedenti illustri. Lo utilizzavano gli editori di Charles Dickens per le sue edizioni in fascicoli, *Bleak House*, *David Copperfield*, *Our Mutual Friend*. E si era a metà Ottocento. La tecnica venne imposta anche a una giovane Toni Morrison, che accettò di inserire pubblicità di sigarette nel suo primo libro *The Bluest Eye*. Ma questa possibilità editoriale non è mai decollata. I libri destinati alle 2.000 copie non sono convenienti per le aziende che necessitano di grandi numeri per i loro prodotti, e gli autori che vendono diverse centinaia di migliaia di copie non hanno interesse a sporcare i loro romanzi con interruzioni pubblicitarie, guadagnano già abbastanza e rischierebbero di irritare i propri lettori.

Anche alzare il compenso allo scrittore in modo eclatante fa parte di forzature del marketing legate alla comunicazione. Tra le trovate recenti ci sono gli anticipi milionari, usati per fare clamore attorno a un autore e vendere i diritti esteri. Come per Audrey Niffenegger, cinque milioni, o addirittura per un esordiente come Garth Risk Hallberg, che il suo primo libro, con due milioni di anticipo, venne annunciato da Knopf come il «nuovo Dickens». I giornali cominciarono a parlare della cifra prima che del contenuto, una *publicity* piuttosto costosa. Considerando anche il fatto che il libro poi si rivelò un flop.

Un altro aspetto della promozione del libro riguarda il modo in cui comunicano le librerie, i segni che trasmettono, l'esposizione dei volumi,

la dinamica degli scaffali. Mentre Bezos è arrivato su Marte, molti librai italiani sono rimasti in Brianza a chiedere il miracolo ai mobilieri. Si sono viste recentemente importanti librerie legate a importanti editori chiudere per mesi solo per rifare l'arredamento realizzato pochi anni prima. È forse pensabile che qualcuno vada in libreria per ammirare il design degli scaffali? Intanto all'interno domina la perversa tendenza dei libri di piatto, ovunque. Questo significa librerie impostate interamente sulle novità, subito rimpiazzate dalle nuove novità un mese dopo. Il lettore forte non trova più un angolo dove fermarsi a contemplare i titoli forti, circondato da carte fresche di stampa cerca invano un libro di due mesi prima, mentre il commesso gli sottrae sotto gli occhi le ultime novità per sostituirle con le ultimissime. Alcune vetrine di librerie si possono scambiare per quelle di una profumeria. Qualche signora potrebbe essere tentata di entrare a chiedere *Eau de Manzoni* o *Leopardi N° 5*. La politica delle rese facili domina. Ma rendere non sempre rende. Invece di investire in moquette e lampadari bisognerebbe investire esclusivamente nelle non-rese. Con la politica della resa facile, il lettore forte, non trovando niente, si rivolge, sia pure col magone, al signor Bezos, che gli offre la possibilità di trovare in portineria il mattino successivo il libro che cerca, anche se è un titolo uscito vent'anni prima. Certo si può comprendere che una parte della libreria debba comunicare novità, ma per questo ci sono i tavoli e qualche parete. Occorre però riservare una parte dei locali agli scaffali pieni con libri di taglio stipati, dove alloggiare il meglio, dove tenere la produzione che non passa di moda. E qui arriva il punto dolente. Per rendere solamente i libri



stagionali e tenere quelli importanti, bisogna conoscere quali sono i libri importanti. È l'operazione più difficile. Per le grandi catene le scelte sono centralizzate e avvengono con criteri che si riferiscono al marketing, cioè alle potenziali capacità di vendita di un titolo. Per le piccole librerie sono i librai che scelgono. Esiste una sufficiente preparazione per i librai o si preferiscono gli stagisti per convenienza? Al commesso viene garantita una formazione? Gli viene assicurata una continuità? Gli viene data la sicurezza di poter svolgere a lungo quella professione e di approfondirla? Oppure il giovane libraio è stato preso con contrattini a termine per cui non sa quanto impegnarsi visto che in alto non si sono impegnati con lui? Forse bisognerebbe offrire sindacalmente al libraio un'ora al giorno in uno sgabuzzino della libreria per documentarsi, per conoscere e almeno sfogliare le novità importanti. Se tradisci un lettore consigliandogli cieca-



mente l'ultimo Premio Strega pompato col mercimonio dei voti, il lettore non torna. L'unico Premio Strega di un piccolo editore risale al 1948, Vincenzo Cardarelli, pubblicato dalla Edizioni della Meridiana. Ma era la seconda edizione del Premio e girava ancora un'aria di idealistici valori poi processati e condannati a morte dai tribunali del mercato.

Il marketing le prova tutte. Giovani benintenzionati che alla Bocconi sognavano un posto di rilievo in una multinazionale dei detersivi con budget ricchi e meeting a New York, si sono dovuti accontentare di un posticino presso un editore medio che non promette viaggi ai Caraibi per girare uno spot. Allora il bocconiano si vendica applicando al libro le stesse regole che avrebbe usato per i detersivi. Il 3X2, i concorsi a premi, il vecchio trucco dei prezzi 099. Gli uomini marketing più ambiziosi riescono a prevalere sui direttori edito-

riali, cambiano i titoli, fanno testare i romanzi e in riunione possono affermare: «Il finale non va, ha raccolto solo il 30 per cento di consensi, bisogna virarlo in positivo».

Intanto sono arrivati i *social*, con i quali stiamo facendo i conti in questo momento. E i conti non tornano, perché i *social* sono in continuo movimento. Come sono arrivati a contare così tanto? I *social* offrono l'illusione che tutti possono diventare *influencer*. Di recente è nato addirittura un corso di laurea in *Influencer* istituito dall'Università eCampus di Novedrate. Ma quale senso può avere l'idea di studiare metodi per raccogliere tanti *like* per poi essere pagati come *influencer*? Se la likeologia fosse una scienza programmabile, con gli ammaestramenti di eCampus potremmo tutti raccogliere un milione di *like* e vivere di sponsorizzazioni. E se tutti diventano *influencer*, chi metterà i *like*? Chiameremo mano d'opera dalla Romania o dall'Africa per svolgere il lavoro sporco di cliccare da mattino a sera per mantenere gli *influencer*? Distoglieremo gli africani che raccolgono pomodori dal Sud per impiegarli a raccogliere *like* al Nord?

Ci sono, è vero, anche *social* utili alla lettura. Goodreads e Anobii aggregano comunità di lettori che si confrontano, che giudicano e si cimentano come critici, a volte con esiti apprezzabili. E bisogna rendersi conto che altri ragazzi, non leggendo più i critici che scrivono sulla stampa, cercano pareri in queste pagine per l'acquisto di un libro. Da lì il tentativo delle case editrici di inquinare anche questi siti con *nicknames* che esaltano i libri della casa. E poi i *like* si possono anche acquistare: «Le agenzie pubblicitarie ormai hanno un listino prezzi ufficiale che varia in base ai *follower*: si va dal nano *influencer*, meno di 10mila *follower*,

LO SCRITTORE USATO PER LA PUBBLICITÀ

Nella pagina accanto, annuncio pubblicitario della National Reading Campaign, Canada, 2017. Qui sotto, Bret Easton Ellis testimonial per Luxottica, 2015.

che costa 500 dollari a *post*; alla *celebrity*, che ha decine di milioni di *follower* e il cui *post* può costare alcuni milioni di dollari, come ha rivelato l'avvocato della cantante Ariana Grande (165 milioni di *follower*), in un curioso contenzioso legale: una ditta di abbigliamento per *teenager*, non potendosi permettere il suo ingaggio, ha fatto ricorso a una sosia. La ditta nel frattempo è fallita, ma quello che rischia di fallire è il mercato degli *influencer*», scriveva Riccardo Luna, su *la Repubblica* (21 ottobre 2019). I *post* sponsorizzati infatti ultimamente hanno subito un calo di *like* rilevante.

D'altra parte sotto i trent'anni risulta difficile vedere ragazzi con un quotidiano in mano e se si prova a chiedere informazioni agli studenti si scoprirà che in Rete leggono le porzioni *free* dei quotidiani online, ma nessuno si abbona alla versione digitale completa, quindi addio approfondimenti. Un largo pubblico giovanile non accede alla critica letteraria dei grandi quotidiani che in passato influenzava i gusti e anche le tirature dei libri. In parte era anche una casta selettiva a cui pochi avevano accesso. Persino i *blog* hanno perso lettori e autorità di fronte alla massiccia avanzata dei *social*.

Intanto tra i *social*, che erano ritenuti una banalizzazione delle pagine letterarie, stanno avanzando i nuovi *social* che sono la banalizzazione dei vecchi *social*. Sono quelli di nuova generazione, sempre più semplici, elementari, sempre più svuotati di contenuto. TikTok ha bussato e la porta gli è stata subito aperta, spalancata. È un *social* cinese che sbanca. Musica, gestualità, testo quasi inesistente, *gif*. Molti uffici stampa edito-



riali lo stanno sperimentando per usarlo sui target adolescenziali. Non è semplice, perché TikTok oltre a rivolgersi a un'età molto bassa offre un livello culturale bassissimo, infatti Salvini e altri politici lo stanno già usando. Durerà? E allora ci troveremo forse a dire: «Si ricorda caro signore i bei tempi di Facebook? Ah ah ah signora mia, i *social* non sono più quelli di una volta... Eh sì, caro mio, col vecchio Instagram si poteva commentare un'immagine

con una bella poesia... Dove andremo a finire, signora mia...».

Ambrogio Borsani



Per i riferimenti bibliografici si rimanda al libro dell'autore: *La claque del libro. Storia della pubblicità editoriale da Gutenberg ai nostri giorni*, Neri Pozza, 2019.

LO SCRITTORE E I SUOI TRADUTTORI

In questa pagina: *Il richiamo della foresta*, tradotto da Gian Dàuli ed edito da Modernissima nel 1924, prima opera di Jack London (a fianco) ad essere pubblicata in Italia. Nella pagina accanto: sopra, Gian Dàuli; sotto, Giuseppe Prezzolini.

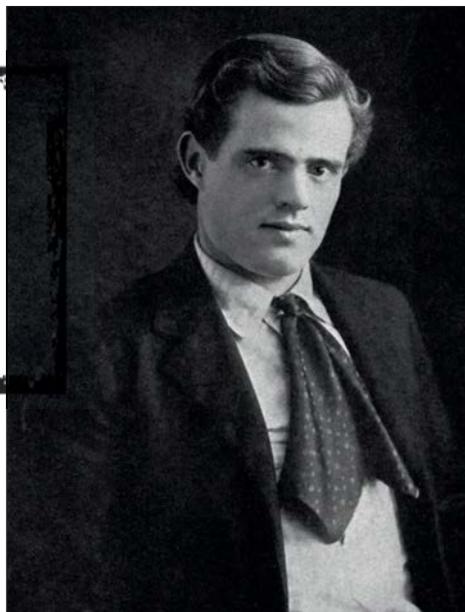
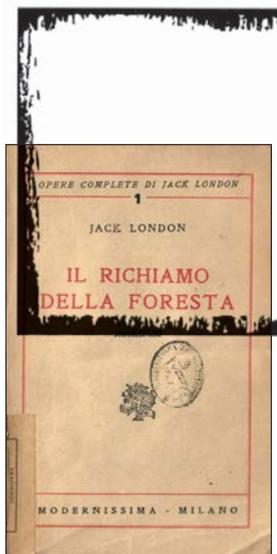
CASI EDITORIALI

JACK LONDON: UN SUCCESSO
NELL'ITALIA FASCISTA

IL RICHIAMO DELL'AMERICA

AMATO DAI LETTORI DEI DIVERSI ORIENTAMENTI
POLITICI. OGNUNO VI VEDEVA I PROPRI IDEALI. PER
CHI LO PUBBLICÒ FU SOPRATTUTTO UN AFFARE

di MATTEO VACCHINI



Tra gli autori americani di maggiore successo occupa senza dubbio una posizione di preminenza Jack London. John Perry, autore di una importante biografia sullo scrittore, lo ha definito a ragione «un mito americano». Il suo successo non è però limitato al mondo anglofono. Anche in Italia i suoi libri incontrarono un vasto consenso di critica e di pubblico e furono un preludio al «decennio delle traduzioni», definizione data da Cesare Pavese per riferirsi agli anni 1930-1940, in cui si assistette a un incremento, senza precedenti, nella diffusione di autori americani nel nostro Paese.

Già sul finire del secolo precedente l'America era stata oggetto di interesse e curiosità, come testimoniato da numerosi lavori di carattere documentario (tra cui il pregevole *Attraverso gli Stati Uniti*, di Louis Laurent Simonin, pubblicato da Treves e i reportage di Ugo Ojetti e Giuseppe Giacosa). A questa produzione editoriale, che possiamo definire “maggiore” per importanza e qualità, se ne affianca una minore, di guide e manuali per emigranti. Non va dimenticato, infatti, che tra il 1865 e il 1920 circa cinque milioni di italiani emigrarono negli Stati Uniti. Si coglie in tutte queste pubblicazioni un'eco del positivismo con la sua fiducia che il progresso avrebbe portato pace e prosperità. Del resto, chi, meglio dell'America avrebbe potuto incarnare idee di modernità, progresso e benessere economico? Tuttavia, nonostante un diffuso entusiasmo e interesse per il Nuovo Mondo, in questi primi anni del XX secolo, sono ancora pochissimi gli scrittori americani tradotti in italiano, anche se quei pochi che lo sono si rivelano spesso dei successi editoriali, come nel caso della *Capanna dello Zio*



Tom, di Harriet Beecher Stowe. Questa scarsità si deve sia al disinteresse del mondo accademico (che considera la letteratura americana come una letteratura non originale e imitativa di quella inglese) sia alla carenza di traduttori. Luigi Einaudi, nel 1918, scrive sulla *Rivista di Milano* che: «[...] non esistono oggi cultori di letteratura inglese in Italia, salvo pochissimi [...]». Ma questa situazione è destinata a mutare nel volgere di poco tempo. Negli anni immediata-



VITA E AVVENTURA

Nella pagina a fianco, due immagini di Jack London, in mare e a caccia d'oro, pezzi della sua vita che ne hanno ispirato l'opera.

CASI EDITORIALI

mente successivi alla Prima guerra mondiale il contesto è favorevole alla diffusione della cultura americana. Gli scambi commerciali con l'America conoscono in questi anni un sensibile aumento dovuto soprattutto ai prestiti concessi dagli Stati Uniti agli alleati europei durante il conflitto. Diverse grandi imprese americane aprono le loro sedi italiane, come nel caso di General Electric (1921), Coca-Cola (1925), IBM (1927). È questo il periodo in cui in Europa e in Italia fa la sua comparsa la musica jazz e vengono importati i primi film prodotti in America. In particolare, a partire dal 1922 le grandi case cinematografiche americane investono nel mercato italiano rilevando numerose case di produzione che altrimenti sarebbero di certo fallite; tra il 1922 e il 1938 due terzi dei film proiettati in Italia risulteranno di produzione americana. Sempre in questo periodo aumenta in modo notevolissimo il numero di libri di scrittori americani tradotti in italiano: già nel 1920 vengono tradotti 15 autori, cioè più di tutti quelli tradotti nell'intero quinquennio 1911-1915; dal 1921 al 1925 gli autori tradotti sono 17 per un totale di 52 libri, più che triplicati nel quinquennio successivo (1926-1930), quando salgono a 165 (con 29 autori), per arrivare addirittura a 228 libri e 49 autori tra il 1931 e il 1935. Fra gli autori che vengono tradotti per la prima volta vi sono Frances Hodgson Burnett, Benjamin Franklin (1920), Upton Sinclair, Henry David Thoreau (1921), Walt Whitman (1923), Jack London (1924), Herman Melville (1931), John Dos Passos (1932). Nel 1929 compare inoltre, presso Mondadori, la collana "I Libri gialli" che pubblicherà, con ottimo successo, un discreto numero di romanzi polizieschi di scrittori americani: la collana è aperta da S.S. Van

Dine (*La strana morte del signor Benson*, 1929), seguiranno altri famosi autori americani come Mary Roberts Rinehart, Ellery Queen, Mignon G. Eberhart, dei quali usciranno svariate opere negli anni successivi.

Tra quelli appena menzionati, l'autore che ottiene i più vasti consensi è Jack London. Si può anzi dire che egli sia l'autore americano più letto e apprezzato nel ventennio fascista. Tutti i suoi romanzi e moltissimi suoi racconti vengono tradotti in italiano e pubblicati da numerosi editori tra i quali figurano importanti nomi come Sonzogno, Bietti, Barion. I volumi pubblicati negli anni tra il 1924 e il 1945 dagli editori milanesi sono oltre 130; non si contano poi le ristampe e riedizioni nel secondo dopoguerra, a testimonianza di un successo duraturo nel tempo.

La diffusione in Italia delle opere di London si deve principalmente a Gian Dàuli, pseudonimo di Giuseppe Ugo Nalato (1884-1945). Vicentino di nascita, Dàuli trascorse gli anni della giovinezza a Venezia dove attese, senza diplomarsi, agli studi di Ragioneria. Nel 1903, rinunciando a un impiego presso la Banca Popolare di Torbelvicino fondata da suo zio Piero, si recò a Liverpool per apprendere la lingua inglese. Vi rimase tre anni, durante i quali venne in contatto con le dottrine di Auguste Comte e aderì alla Chiesa positivista (fondata dallo stesso Comte). Rientrato in Italia nel 1907, dopo aver trascorso un breve periodo a Vicenza, si trasferì prima a Roma poi a Milano. Fu autore di una ventina di romanzi oggi dimenticati, di alcuni libri per ragazzi, scrisse articoli per giornali e riviste, tra cui vi fu il quotidiano *La Perseveranza* (che ebbe firme anche prestigiose come Ruggiero Bonghi e Francesco Novati); tentò diverse imprese editoriali, tra cui

la pubblicazione di giornali in lingua inglese per gli stranieri che vivevano in Italia. Il suo progetto più ambizioso fu probabilmente la collana di romanzi intitolata “Scrittori di tutto il mondo”, ideata nel 1928, con la quale far conoscere al pubblico italiano i più importanti autori stranieri contemporanei, soprattutto inglesi e americani le cui opere egli aveva conosciuto durante il soggiorno in Inghilterra.

Le prime edizioni italiane di Jack London compaiono nel 1924, anno in cui il romanzo *Il richiamo della foresta*, tradotto come anche i successivi da Gian Dàuli, inaugura la serie delle “Opere complete di Jack London” presso la Società Modernissima. Seguiranno fino al 1929 altre 24 traduzioni che, benché definite «filologicamente dubbie», risultano tuttavia di grande effetto stilistico ed estetico. Sempre nel 1924 esce presso l'editore Morreale *Il lupo di mare* nella traduzione di Giuseppe Prezzolini il quale, nel 1926, sempre per Morreale, curerà anche la prefazione al romanzo *La storia di un cane* (altro titolo con cui viene tradotto *The Call of the Wild*).

Le ragioni che portarono alla scelta di pubblicare questo autore furono molteplici. Indubbiamente influirono motivi di carattere economico: pubblicare autori stranieri poteva essere per gli editori meno dispendioso rispetto alla scelta di pubblicare autori italiani. Infatti, nel caso di Stati non facenti parte dell'Unione Internazionale di Berna, era possibile che l'autore straniero non percepisse alcuna remunerazione sulle traduzioni pubblicate in Italia, e tale era appunto il caso degli autori americani. Con gli Stati Uniti, infatti, la materia era regolata da un accordo bilaterale del 1892, il quale riconosceva sì il diritto dell'autore a essere remunerato per le traduzioni,

ma solo per un periodo di dieci anni a decorrere dalla pubblicazione dell'opera originale. Nel caso di Jack London, morto nel 1916, i diritti di traduzione per la quasi totalità delle sue opere erano già venuti a scadenza quando, a metà degli anni Venti, cominciavano ad essere pubblicate le prime traduzioni in Italia. Così uno scrittore americano di successo costituiva una potenziale miniera d'oro per un editore, che poteva tenere per sé tutto il profitto ricavato dalla vendita delle



UNA COPPIA D'ACCIAIO

Nella pagina a fianco, Jack London con la moglie Charmian, con la quale ha condiviso molte avventure.

CASI EDITORIALI

copie. Va tenuto presente che Dàuli oltre a essere il traduttore di London era anche il direttore editoriale di *Modernissima*.

Oltre alle motivazioni economiche, che non possono essere ignorate, è possibile rinvenire altre ragioni di carattere soggettivo. Nella prefazione al *Richiamo della foresta* Dàuli mostra di non apprezzare la letteratura italiana del periodo, lamenta l'inazione degli intellettuali italiani e il loro scarso interesse per i grandi temi politici e sociali, con la conseguente necessità di rivolgersi alle letterature straniere. Si rinviene nelle parole di Dàuli un'aspra critica all'opera di Guido da Verona, autore di *Lettera d'amore alle sartine d'Italia* e forse il maggiore rappresentante di un genere di romanzo molto in voga in quegli anni. Si può notare anche, benché non vi si faccia espreso riferimento, una velata polemica con i redattori della rivista *La Ronda* e il loro modo di intendere la letteratura come "ritorno all'ordine", al classicismo (anche nella forma), e ai valori letterari tradizionali (le «esercitazioni stilistiche e cerebrali»): «Che ci dà oggi la letteratura nostrana? Lettere alle sartine d'Italia e vergini da diciotto carati, romanzetti pornografici e sentimentali ed esercitazioni stilistiche e cerebrali, senza mai un accento di umana commozione per le tragedie politico-sociali del mondo o anche solo una parola che la mostri consapevole del profondo travaglio spirituale della patria».

Va ricordato poi l'interesse di Dàuli per il socialismo, un interesse che, risalente al suo avvicinamento a Comte e alla Chiesa positivista, lo aveva portato a leggere alcuni tra i più importanti autori che, tra Ottocento e Novecento, si erano occupati di questioni sociali. Tra questi occupava un posto di assoluta preminenza Jack London con il

romanzo *Il tallone di ferro*, che aveva molto colpito Dàuli per la lucida e profetica analisi della società capitalista. L'impressione suscitata è tale che sin dal primo volume della collana egli dichiara di volerlo al più presto presentare ai lettori italiani, cosa che effettivamente farà nel 1925. Anche Dàuli infine manifesta, come altri suoi predecessori, un grande entusiasmo per l'America e in particolare per la sua modernità e il carattere composito della sua società.

Un altro importante intellettuale italiano ad occuparsi di Jack London in quegli anni è Giuseppe Prezzolini, uno tra i personaggi più conosciuti del Novecento italiano e del quale è risaputo il suo interesse per gli Stati Uniti, dove egli si trasferì nel 1929, rimanendovi per oltre trent'anni e divenendone cittadino nel 1940. Come Dàuli anche Prezzolini crede che le opere di London possano avere un grande successo in Italia e in una lettera del 1922 all'editore fiorentino Enrico Bemporad, ne propone la pubblicazione. Della produzione letteraria di London Prezzolini mostra di apprezzare i particolari realistici, il paesaggio, l'elemento avventuroso («Quando non valgono molto come creazioni d'arte [i romanzi di London] interessano come documenti», scrive nel 1926). Per questi motivi egli predilige romanzi come *Il richiamo della foresta* e *Il lupo di mare* rispetto a opere come *Martin Eden* (definito «noioso») o *Il tallone di ferro*, in cui l'autore espone con più arduo impegno il suo pensiero politico e la propria visione della società (e a questo proposito Prezzolini rimprovera a London una certa confusione di idee: «una storta torre di positivismo e di socialismo, ora ingenuo, ora frasaiole, ora mitico, ora sentimentale»).

Il successo di Jack London è trasversale rispetto



all'appartenenza ideologica del pubblico, l'autore ha estimatori tra i fascisti come tra i socialisti (e molte infatti sono le sue opere pubblicate da case editrici vicine ad ambienti socialisti come lo erano la Bietti e soprattutto la Barion). Ciò è reso possibile dalle diverse interpretazioni a cui si prestano alcuni suoi romanzi, talora giudicati dalla critica come sottesi di una certa ambiguità ideologica. Un esempio di questa ambiguità è *Martin Eden*, che a giudicare dal numero di copie presenti nella Biblioteca Nazionale Braidense è stato, tra quelli scritti da London, il romanzo di maggior successo in Italia. Alcuni hanno visto in questo libro, e nella lotta per il successo combattuta in solitudine dal protagonista e infine vinta, una celebrazione dell'individualismo e in particolare dell'evoluzionismo del filosofo Herbert Spencer. In pari tempo il romanzo sarebbe anche una condanna del socialismo, avversato da Spencer e per il quale, infatti, Martin Eden mostra un

completo disprezzo. È verosimile che un'opera considerata critica verso il socialismo potesse essere bene accolta in molti ambienti fascisti se solo si pensa al tentativo fatto dal fascismo di superare, con il corporativismo, la lotta di classe postulata dal socialismo marxista e al carattere comunque antisocialista che ebbe sempre il movimento. Anche la delusione che il protagonista avverte per il ceto altoborghese una volta che egli vi viene ammesso può essere stata un altro elemento che ha contribuito al consenso verso questo romanzo, tenuto conto del carattere antiborghese del fascismo, che intendeva segnare una netta rottura con la precedente epoca liberale (malgrado proprio dalla borghesia il fascismo avesse ottenuto una parte significativa dei suoi consensi).

Benché questa interpretazione appaia coerente e il suo contributo alla fortuna del romanzo non possa essere escluso, è anche possibile al contra-

AUTOBIOGRAFICO

Martin Eden, a giudicare dal numero di copie presenti nella Biblioteca Nazionale Braidense è stato, tra quelli scritti da London, il romanzo di maggior successo in Italia.

CASI EDITORIALI

rio sostenere come questa opera sia invece una dura critica dell'individualismo, considerato che proprio quest'ultimo conduce Martin Eden al suicidio. Questo diverso punto di vista ha l'avallo dello stesso Jack London che in uno scritto del 1910 così si esprime: «[...] Martin Eden vive solo per se stesso, combatte solo per se stesso e, se così vi pare, muore solo per se stesso. [...] Martin Eden fallisce e muore non perché non ha fede in Dio ma perché non ha fede nell'uomo. Non è andato oltre se stesso, il resto dell'umanità per lui non conta».

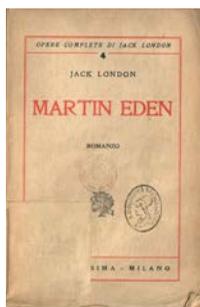
All'individualismo di Martin Eden, Jack London, rivedendo a posteriori il proprio lavoro, contrappone invece «la capacità di rinuncia e di sacrificio, con una coscienza aspra e solenne, a volte splendidamente imperiosa, capace di esigere il giusto – ciò che è giusto, né più né meno di ciò che è giusto».

Questi ideali uniti alla capacità di creare trame avvincenti fanno di Jack London un autore ancor oggi attuale, oggetto di un interesse che, da parte della critica e del pubblico italiani, non si è mai del tutto affievolito.

Nei primi anni dopo il Secondo conflitto mondiale, con la definitiva collocazione dell'Italia nel blocco occidentale, i rapporti economici e politici con gli Stati Uniti diventeranno ancora più stretti e vivissimo sarà l'entusiasmo per tutto quanto provenga dall'America (una pungente satira di questo atteggiamento si trova nel notissimo film *Un americano a Roma* del 1954). In un tale contesto non viene dimenticato Jack London: nel 1949 il settimanale *Oggi* pubblicherà un ampio servizio dedicato alla sua vita avventuro-

sa. Anche Carlo Izzo, tra i primi in Italia ad essere titolare di una specifica cattedra di Letteratura anglo-americana, dedicherà a London una pagina della sua *Storia della letteratura nord-americana* (1957). Nei decenni successivi l'attenzione di Oriana Fallaci (1975) e Fernanda Pivano (1979) per Jack London conferma quest'ultimo tra gli autori americani più letti, conosciuti e apprezzati nel nostro Paese.

Matteo Vacchini



Per saperne di più

Per notizie dettagliate sulla storia dell'editoria italiana nel Novecento si può consultare: G. Turi, *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea*, Firenze, Giunti, 1997. Tra le prime recensioni di J. London in lingua italiana sono da ricordare le introduzioni di Gian Dàuli a J. London, *Il richiamo della foresta*, Milano, Modernissima, 1924 e a J. London, *Il tallone di ferro*, Milano, Modernissima, 1925; G. Prezzolini, introduzione a J. London, *La storia di un cane*, Milano, G. Morreale Editore, 1926; E. Cecchi, *Jack London*, in *Scrittori inglesi e americani*, Lanciano, Carabba, 1935. Una delle prime monografie su Jack London pubblicate in lingua italiana è: S. Martino, *Jak [sic] London. Spunti per uno studio critico*, Catania, Studio Editoriale Moderno, 1933. Per le traduzioni italiane di Jack London si veda anche il saggio di V. Ferme, *Tradurre è tradire. La traduzione come sovversione culturale sotto il Fascismo*, Ravenna, Longo, 2002. Si segnala, infine, il volume monografico a cura di M. David e V. Scheiwiller, *Gian Dàuli editore, traduttore, critico, romanziere*, Vicenza, Banca popolare vicentina, Milano, Libri Scheiwiller, 1989.



Giornalismo

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO

CRONACA DI UNA BATTAGLIA INESAUSTA

Nella pagina a fianco: *Aiutateci*, l'appello per Mauro De Mauro, *L'Ora*, 21/22-9-1970; *Sgomento. L'assassinio di Mattarella*, *L'Ora*, 6-1-1980; *Arrivederci*, il titolo dell'ultimo numero de *L'Ora*, 8-5-1992 (per gentile concessione della Biblioteca centrale della Regione siciliana). Sotto, copertina del volume *L'Ora*, edizione straordinaria, 2019.

GIORNALI CHE HANNO FATTO LA STORIA D'ITALIA

L'AVVENTURA DE *L'ORA*, IL QUOTIDIANO
CHE TROVÒ IL CORAGGIO DI SFIDARE LA MAFIA

UN FARO PER PALERMO

«OPERIAMO IN UNA ZONA DEL PAESE DOVE LA VITA
DEMOCRATICA È PIÙ DIFFICILE CHE ALTROVE»

di ANTONIO CALABRÒ

IL RACCONTO DI UNA CITTÀ

Qui sotto, Vittorio Nisticò. A fianco, 1981, *Palermo*,
bambini nel quartiere Sperone,
fotografia di Riccardo Liberati per *L'Ora*.





L'*Ora*, edizione straordinaria, è il titolo, con forti caratteri neri su una copertina gialla. E il libro, edito dalla Biblioteca centrale della Regione siciliana, è il romanzo di un giornale raccontato dai suoi cronisti, 48 firme di tre generazioni diverse che lì, nelle stanze della redazione d'un palazzotto nel centro di Palermo, hanno coniugato professione di buona informazione e passione civile, lotta alla mafia e gusto per la libertà, spregiudicata curiosità culturale e attenzione originale per le trasformazioni sociali, impegno per la qualità della politica e responsabilità per l'autonomia intellettuale. Giornalismo, appunto. In una vera e propria scuola di mestiere e di vita.

L'Ora, quotidiano siciliano del pomeriggio, ha finito di vivere all'inizio di maggio del 1992, poco prima della tremenda stagione delle stragi mafiose, vittime Giovanni Falcone, Paolo Borsellino e gli uomini e le donne delle loro scorte. E la sua assenza dalle edicole (quei titoli forti, quelle cronache asciutte e precise, quelle analisi puntuali...) s'è molto sentita, in uno dei momenti più bui di tutta la storia della Repubblica. *Arrivederci*, era il titolo a tutta pagina dell'ultimo numero, una speranza appassionata. Adesso,

quasi trent'anni dopo, di quell'orgoglioso giornale si riparla, per iniziativa d'un comitato dei suoi ex redattori (chi scrive queste note ha lavorato quindici anni in quella redazione): una serie di manifestazioni a Palermo, a cominciare da una strada intitolata, alla fine di settembre 2019, proprio a *L'Ora* e poi dalla cerimonia per la scoperta d'una lapide che ricorda il suo storico direttore, Vittorio Nisticò, nel centenario della sua nascita e i tre giornalisti assassinati dalla mafia, Mauro De Mauro, Giovanni Spampinato e Cosimo Cristina. E, ancora, incontri, *lectures* a teatro, dibattiti. E, appunto, un libro. Ci sono parole che fanno vivere. E quelle dedicate dal settembre scorso a *L'Ora* e ai suoi redattori ridanno valore di memoria e dignità di riconoscimento civile. Niente e nessuno muore mai davvero, finché ne esistono ricordi e racconti.

Storia e attualità della lezione de *L'Ora*, dunque. Fare un buon giornale è come costruire ponti, per rendere più facile e frequente lo scambio di idee, valori, progetti e, perché no?, emozioni tra parti diverse dell'opinione pubblica. La lunga esperienza di questo piccolo grande quotidiano, in tutto il corso d'un Novecento tumultuoso, ne è appunto la conferma. E Vittorio Nisticò, nei vent'anni della sua dire-



UNA REDAZIONE CORAGGIOSA

Nella pagina a fianco: sopra, la redazione de *L'Ora* negli anni Sessanta; sotto, da destra, Etrio Fidora, Vittorio Nisticò, il caporedattore Aldo Costa, Mario Farinella e, sull'uscio, Bruno Carbone, nell'ufficio del direttore presso la sede del giornale.

GIORNALI CHE HANNO FATTO LA STORIA D'ITALIA

zione, sino al 1975 e poi nella stagione della presidenza della cooperativa editrice de *L'Ora*, è stato sicuramente il migliore interprete dell'anima del giornale, orgogliosa, curiosa, autonoma. Legata, comunque, a un'etica del giornalismo, della politica e della cultura tra le più solide e fertili nel panorama italiano contemporaneo.

Un ponte, dunque. Tra la sinistra e le altre componenti di un ampio fronte progressista, comprese le correnti più dinamiche del mondo cattolico. Tra la politica, l'economia e la cultura. Tra la Sicilia e il resto del Paese, tra l'isola fiera, il Mediterraneo e l'Europa. *L'Ora* è stato un giornale radicato soprattutto nelle province occidentali siciliane. Ma mai viziato dal provincialismo.

Sono caratteristiche forti. Evidenti fin dalla nascita del quotidiano, il 22 aprile del 1900, per iniziativa dei Florio, imprenditori con il gusto dell'innovazione, anche se un po' appannata nel tempo da un'infausta attenzione per il nazionalismo torbido e pasticciaccio di Francesco Crispi e, purtroppo, da un'eccessiva passione per le mode e i lussi principeschi. Un giornale, comunque, sempre di idee liberali, attraente per le grandi firme (Luigi Pirandello, Giovanni Verga, Edoardo Scarfoglio, Matilde Serao) e pronto alle relazioni con testate internazionali, da *The Times* di Londra a *Le Matin* di Parigi e al *New York Sun*. L'impronta aperta si conferma con la gestione dei Pecoraino, imprenditori sapienti e di solide inclinazioni liberali (erano tra gli editori de *Il Mondo* di Giovanni Amendola). Dopo il ventennio del cupo conformismo fascista, riecco un editore democratico, Sebastiano Lo Verde, genero di Filippo Pecoraino, vocazione netta meridionalista e antifascista, impegnato a ispirare *L'Ora* a «quell'antica idea di libertà», saldando le lotte

popolari contro l'arretratezza del feudo agli slanci per dare all'Autonomia regionale siciliana appena nata valori e strumenti di sviluppo economico, sociale, civile.

A metà degli anni Cinquanta il rilancio, con il passaggio a una società editrice vicina al Pci (come per *Paese Sera* straordinario quotidiano romano, *Il Nuovo Corriere* di Firenze apprezzato anche dal cattolico Giorgio La Pira e dal grande poeta Giuseppe Ungaretti e *Milano sera* con la redazione guidata da un poeta, Alfonso Gatto e affollata da politici e uomini di cultura come Giancarlo Pajetta ed Elio Vittorini, Paolo Grassi e Giorgio Strehler). E l'arrivo, alla direzione, di Nisticò.

Le scelte di senso sono chiare: politica riformatrice, autonomismo regionale con un robusto tono progressista, impegno antimafia e dialogo aperto con tutte le forze culturali e sociali attive sul versante del cambiamento e con le componenti del mondo politico che sia a sinistra (i socialisti, che avevano comunque rotto dal '56 il fronte comune con i comunisti) sia sulla sponda del governo (esponenti della Dc e del Partito repubblicano) mostrano un impegno chiaro verso il rinnovamento della Sicilia e del Sud. L'amicizia personale di Nisticò con Aldo Moro, leader Dc, e con Ugo La Malfa, segretario del Pri, ne è stata a lungo un'esemplare testimonianza.

«Spezzare la povertà della Sicilia e fare di quest'isola un angolo del mondo dove chi nasce possa vivere ringraziando Dio d'esservi nato. Dovremmo pur essere stanchi di sentirci i professionisti dell'esilio, i paria della nazione...», scrive Nisticò in uno dei suoi editoriali, alla fine degli anni Cinquanta, quando l'Autonomia siciliana comincia a mostrare più i guasti delle clien-

tele che le inclinazioni allo sviluppo economico, l'emigrazione verso le fabbriche del Nord è diventata un fenomeno di massa e le famiglie mafiose si sono messe a trafficare per nuovi affari nelle città, dopo avere devastato le campagne. *La mafia dà pane e morte*, è il titolo esemplare d'una pagina della straordinaria inchiesta antimafia del '58. *Pericoloso!* è il titolo a tutta pagina su un ritratto di Luciano Liggio, capo di quel clan dei corleonesi che avrebbe devastato la Sicilia da allora sino agli anni Novanta. Per tutta risposta, i killer di Liggio fanno saltare per aria la tipografia. La risposta antimafiosa è netta: *La mafia ci minaccia. L'inchiesta continua*. Mai, piegare la schiena per opportunismo o per paura.

Cronaca, dunque. Inchieste, denunce documentate, scrittura severa. Poca retorica. Mai propaganda. Il Pci, editore sensibile a un ampio sistema di relazioni (la migliore lezione della guida togliattiana), è comunque tenuto a rispettosa distanza: tra i provvedimenti di Nisticò, già all'inizio della sua direzione, c'è il divieto di costituire, all'interno de *L'Ora*, una "cellula" del Pci e, per i redattori, d'assumere incarichi di responsabilità negli organismi dirigenti di partito. Mai «suonare il piffero per la rivoluzione», per dirla con un'efficace sintesi di Elio Vittorini. Alcuni di noi redattori e dei commentatori politici avevamo in tasca una tessera del Pci. Parecchi, invece, no. Nisticò non ha mai fatto differenze (e, sulla sua scia, i direttori che gli sono succeduti: Federico Farkas, Etrio Fidora, Alfonso Madeo, Nicola Cattedra, Bruno Carbone, Tito Cortese, Anselmo Calaciura e Vincenzo Vasile). E le cronache e i commenti sono in ogni caso poco ortodossi, attenti alle distinzioni tra buon giornalismo e scelte di partito. Semmai, c'è una severità particola-



re nei giudizi verso la sponda politica che è considerata come più vicina: la capacità critica senza pregiudizi né obbedienze di schieramento – ha insegnato Nisticò, spesso con durezza – è il miglior servizio che un giornale di sinistra possa fare alla sinistra stessa. Lezione sempre d'attualità.

Ecco perché *L'Ora* è stato un ponte, in continua manutenzione. Un luogo spregiudicato di dialogo e di confronto. Uno spazio per discutere di rinnovamento politico e di economia e dare respiro a quelle imprese che provano a evitare le secche mafiose e le corruzioni clientelari, gli appalti di favore e le più plateali speculazioni immobiliari, i contributi assistenziali e le illegalità rispetto ai diritti dei lavoratori (ce n'erano, imprenditori così: pochi, ma vitali). Una tribuna libera per

personalità della società e della cultura anche di estrazioni e appartenenze diverse rispetto al Pci. Un porto accogliente in cui lo storicismo e il progressismo d'impronta comunista si confrontano con l'illuminismo disincantato e ironico di Leonardo Sciascia. Un'originale miscela molto siciliana e dunque aperta, accogliente, critica, anche, talvolta, un po' contorta, come peraltro è proprio del carattere dei siciliani. Ma la buona informazione può mai smarrirsi di fronte a contrasti e contraddizioni?

In edicola, così, va ogni giorno un giornale ricco di cronache, il più possibili puntuali (fatica impropria, talvolta, date le poche ore a disposizione per redigere un quotidiano del pomeriggio, dall'alba alla fine d'una frenetica mattinata). Di inchieste, un po' su tutto: su nuovi e vecchi potenti e sulla magistratura, sulle scuole e i quartieri popolari, sull'industrializzazione senza sviluppo e sulle opere pubbliche incomplete, sui bilanci di una Regione malgovernata e sui conti precari delle famiglie messe in crisi dall'inflazione, su quel che resta dell'antica nobiltà siciliana e sul neofascismo in ripresa, sull'evoluzione di costumi e abitudini e sulle tensioni positive che, negli anni Sessanta e Settanta, attraversano il mondo giovanile e quello femminile. Di resoconti di dibattiti su una cultura "alta" (musica, teatro, letteratura) che guarda all'innovazione ma sa anche confrontarsi con le dimensioni più popolari, senza cedere né a sciatteerie né a luoghi comuni. Di commenti attenti a dare conto ai lettori d'un punto di vista originale, capace di suscitare riflessioni, aprire dibattiti.

Sono pagine dense di buona cultura politica ed economica, di attenzione per l'indagine sociale. Pagine redatte e titolate con una scrittura mai

banale e sempre popolare (colto e popolare, in quel tempo, non è affatto un ossimoro), con la pretesa, da parte di Nisticò e del gruppo dirigente del giornale, di lucida chiarezza nel linguaggio politico dei resoconti e degli editoriali, e con l'insistenza sull'impegno a evitare le allusioni complici e le tortuosità dei "pastoni" politici per iniziati e a fare capire ai lettori fatti, retroscena, significati. Anche il buon uso della lingua è una funzione della democrazia.

C'è un'altra caratteristica che vale la pena ricordare: il gusto, ispirato da Nisticò e fatto proprio dalle generazioni giornalistiche successive, d'avere un ruolo forte nel suscitare opinioni e nel determinare eventi. Non un giornale-partito (né tantomeno «partito irresponsabile»). Semmai, un giornale che, nel confronto anche aspro con forze politiche, sindacati, imprese, istituzioni, vuole fare il suo mestiere di lievito per migliorare una difficile, controversa realtà.

È stato essenziale, l'impegno de *L'Ora*, nel favorire la formazione, nel 1958, del governo Milazzo, nato dalla rottura tra la Dc fanfaniana (in Sicilia contaminata dalle ombre di rapporti mafiosi) e le correnti più legate alla tradizione del Partito Popolare e guidato da Silvio Milazzo, un notevole di Caltagirone (il paese di don Luigi Sturzo). Un governo carico di tensioni e contraddizioni, appoggiato a sinistra dal Pci e all'estrema destra dal Movimento Sociale Italiano. Affollato anche da opportunisti in cerca di carriere e poteri. Sostenuto dalla Sicindustria liberale di Mimi La Cavera, amico dell'Eni di Mattei e ostile alla Confindustria romana. Ma in ogni caso ispirato da un'idea orgogliosa del diritto della Sicilia ad avere uno sviluppo economico non clientelare né subalterno. Dura poco, quel governo Milazzo.

Qui sotto, *Ci voleva l'attentato a "L'Ora"*
per capire che la mafia c'è, la dichiarazione di Giuseppe Saragat
in Parlamento riportata dal giornale, ottobre 1958.

Muore di conflitti politici e traffici tutt'altro che nobili. Ne rimane una lezione, evidente sfogliando le pagine de *L'Ora* e gli editoriali di Nisticò: la volontà caparbia della parte migliore dell'isola di non rassegnarsi a un governo dei favori e dell'assistenza. Un'anima antica che talvolta riemerge.

L'Ora è in prima fila nelle battaglie contro l'elezione a sindaco di Palermo, nel novembre 1970, di Vito Ciancimino, un democristiano complice delle peggiori famiglie mafiose (costretto ben presto a dimettersi, pur senza rinunciare a robuste posizioni di potere, in connubio con Giovanni Gioia e Salvo Lima, proconsoli siciliani di Fanfani e Andreotti). E poi, dalla metà degli anni Settanta in poi, ecco l'attenzione critica positiva per i governi della Regione guidati da democristiani del rinnovamento, come Angelo Bonfiglio e soprattutto Piersanti Mattarella, il presidente della «Sicilia con le carte in regola» (un'attenzione che si sarebbe ritrovata, anni dopo, verso i governi guidati da Rino Nicolosi e Giuseppe Campione). È un'attitudine costante de *L'Ora*, questa: dare battaglia sui legami tra mafia e Dc e contemporaneamente, dialogare con quelle parti della Dc (la sinistra di Rosario Nicoletti e Calogero Mannino, per esempio) che vogliono cambiare assetti, abitudini, stili di potere.

Una scelta politica, ma anche più generalmente culturale, testimoniata dall'attenzione continua ai fermenti del mondo cattolico, dopo le evoluzioni positive del Concilio Vaticano II (ne sono riprova le inchieste d'una delle più brillanti intelligenze politiche degli ultimi anni Sessanta, Alberto Scandone, firma di punta de *L'Ora*, morto purtroppo giovanissimo nel disastro aereo di Punta Raisi nella primavera del '72, insieme



all'amatissima segretaria di redazione del giornale Angela Fais).

Il senso di tale e tanto lavoro sta nelle parole di un'intervista di Nisticò data a *Il Giorno* nel 1974: «Credo che *L'Ora* sia qualcosa di più di un normale giornale d'opposizione. La sua peculiarità è quella di operare in una zona del Paese dove la vita della democrazia è più difficile che altrove. Tutto ciò naturalmente non può che rendere duro e talvolta drammatico il nostro mestiere. Ma in definitiva contiene anche un aspetto in certo senso privilegiato: allena a un giornalismo che ha il gusto della verità e della ricerca».

Parole da ripetere e da rimasticare, «il gusto della verità e della ricerca», tanto da segnare il modo di fare il mestiere ma anche la vita di tre generazioni di giornalisti poi via via sparsi in tanti altri giornali italiani. E proprio quel “giornale ponte” è tra le cose più preziose che Nisticò abbia insegnato al mondo dell'informazione e all'opinione pubblica nazionale. Le discussioni di questi mesi, grazie al libro *L'Ora, edizione straordinaria*, aiutano a fare riviverne l'eredità.

Antonio Calabrò

LA FONDAZIONE PAOLO MURIALDI: L'ARCHIVIO,
LA BIBLIOTECA E LE PUBBLICAZIONI

MEMORIE DEL GIORNALISMO

IL LUOGO DOVE STUDIARE E RICOSTRUIRE LE VICENDE
DI UN MESTIERE FONDAMENTALE PER LA DEMOCRAZIA

di GIANCARLO TARTAGLIA

A febbraio del 2015 i quattro organismi della categoria giornalistica, la Federazione Nazionale della Stampa Italiana (Fnsi), che è nata nel 1908 e ha attraversato più di un secolo di storia, il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (Cnog), l'Istituto Nazionale di Previdenza (Inpgi) e la Cassa Autonoma di Assistenza Sanitaria (Casagit), hanno deciso, di comune accordo, di costituire una Fondazione, cui conferire i rispettivi patrimoni archivistici, al fine di realizzare un luogo di raccolta della memoria storica del giornalismo italiano. La Fondazione, non a caso, è stata intitolata a Paolo Murialdi, giornalista illustre, che negli anni Cinquanta ha partecipato alla fondazione del quotidiano *Il Giorno* e per molti anni è stato presidente della Federazione della Stampa, nonché fondatore e direttore della rivista *Problemi dell'Informazione* e che, insieme a Nicola Tranfaglia e Valerio Castronovo, ha dato impulso

allo sviluppo della storiografia sul giornalismo italiano con notevoli risultati. I libri di Murialdi sul giornalismo e la sua storia sono ancora oggi punti fermi nella storiografia italiana.

Con queste premesse la Fondazione, oggi presieduta da Vittorio Roidi e il cui Consiglio di Amministrazione è costituito dai rappresentanti delle quattro istituzioni fondatrici, ha sviluppato, in questo quadriennio, un intenso percorso di attività con il sostegno di un Comitato scientifico, presieduto dal professor Nicola Tranfaglia, e composto dal prof. Giuseppe Vacca, dallo storico Luciano Zani, del Dipartimento di Scienze Sociali ed Economiche della Sapienza Università di Roma, con cui la Fondazione ha sottoscritto un accordo di collaborazione, da Roberto Reale, Marco Patricelli, Alberto Ferrigolo e Raffaele Fiengo.

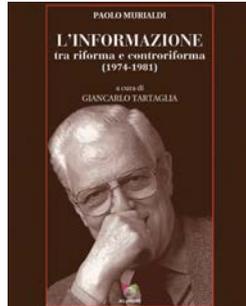
In primo luogo si è provveduto alla creazione di una biblioteca, specializzata appunto sul settore giornalistico, in cui è affluito il patrimonio libra-

LA NOTIZIA PRIMA DI TUTTO

Qui sotto: la copertina del libro di Paolo Murialdi, *L'informazione tra riforma e controriforma (1974-1981)*; una redazione di giornale agli inizi del Novecento.

rio della Federazione della Stampa arricchita da numerose donazioni da parte di singoli giornalisti. In particolare, si segnala il fondo librario di Francesco Paoloni, che è stato uno dei dirigenti dell'Associazione della Stampa Periodica Italiana (Aspi), il primo organismo rappresentativo dei giornalisti sorto a Roma nel 1877, passato dal socialismo al fascismo al fascismo, deputato della Camera dei fasci e delle corporazioni, e per anni direttore de *Il Mattino* di Napoli. Il patrimonio librario della Fondazione cresce di giorno in giorno grazie al conferimento di libri o di intere biblioteche da parte, soprattutto, di giornalisti.

Al fianco della biblioteca vi è poi l'archivio della Fondazione che raccoglie numerosi e importanti fondi archivistici. Il fondo più completo è quello della Federazione Nazionale della Stampa che contiene gli atti, i documenti, i carteggi della vita della Federazione dal 1946 ad oggi. Coprono, pertanto, un arco di oltre settant'anni del giornalismo italiano. Di rilievo storico, maggiormente importante, è poi il fondo che è stato versato alla Fondazione dall'Istituto Nazionale di Previdenza e che riguarda la vita dell'Associazione della Stampa Periodica Italiana (Aspi) dalla fine dell'Ottocento sino alla sua soppressione da parte del fascismo. Sono presenti, in questo fondo, i verbali delle riunioni, dei consigli direttivi dell'Aspi e i fascicoli, ancorché purtroppo



incompleti, degli albi professionali e delle attività inerenti l'epurazione della categoria. Altro fondo archivistico consistente è quello dell'Unci, Unione Nazionale Cronisti Italiani, che documenta la vita e l'attività di una parte della categoria più significativa, quale è quella dei cronisti. Si sono aggiunti i fondi archivistici del Sindacato Cronisti Romani e dell'Ungp, l'Unione Nazionale Giornalisti Pensionati. Oltre a questi archivi, per così dire istituzionali, sono pervenuti nel corso degli anni alla Fondazione altri archivi personali. Tra questi si segnala l'archivio di Francesco Paoloni, che, come abbiamo già ricordato, ha svolto un ruolo rilevante negli organismi giornalistici prima e durante il fascismo. Altri archivi personali di giornalisti sono quelli di Vittore Fiore, Angiolo Berti, Piero Passeti, Giovanni Biadene, che è stato il primo segretario della Federazione nel 1908 e commissario dell'Inpgi nel '44, Michele Campione, Giovanni Rossi, Etrio Fidora, Pino Nano, Carmelo Occhino, Antonio Duva.

Di recente, gli eredi di Ilaria Alpi, la giornalista assassinata a Mogadiscio il 20 marzo 1994 insieme

me al suo cineoperatore Miran Hrovatin, hanno voluto versare il fondo Ilaria Alpi, costituito da documenti e materiali raccolti dai genitori della giornalista, alla Federazione della Stampa, che a sua volta, lo ha versato in custodia alla Fondazione Murialdi. Il Fondo Alpi è stato presentato in una conferenza stampa dal presidente della Fondazione Vittorio Roidi, dal segretario generale della Federazione della Stampa, Raffaele Lorusso e dalla deputata Mariangela Gritta Grainer, responsabile del Comitato dei garanti dell'Archivio Ilaria Alpi. La conferenza stampa si è tenuta il 19 settembre dello scorso anno, con una illustrazione dei contenuti dell'archivio da parte della professoressa Margherita Martelli, responsabile degli archivi della Fondazione.

Tutto questo materiale archivistico è in fase di catalogazione, per poterlo rendere accessibile agli studiosi, mentre è in corso la sottoscrizione di un accordo di collaborazione tra la Fondazione e l'Archivio Centrale dello Stato.

Sul piano delle iniziative editoriali la Fondazione ha dato vita a una collana dal titolo "Giornalisti nella storia", che ha visto la pubblicazione delle biografie di Alberto Bergamini, Irene Brin e Arnaldo Fraccaroli. Nella stessa collana è stata pubblicata la raccolta degli scritti e degli interventi di Paolo Murialdi nel periodo in cui è stato presidente della Federazione della Stampa (1974-1981). Si affiancano a questa collana i "Quaderni" della Fondazione. In particolare è stato pubblicato il quaderno *Quale futuro per il giornalismo?* che raccoglie gli interventi di Mario



Morcellini, Luciano Zani, Alberto Ferrigolo, Giuseppe Vacca, Raffaele Fiengo, Caterina Malavenda, Enzo Chelli, Ferruccio De Bortoli e Ilvo Diamanti, a seguito di colloqui e di confronto con il Comitato scientifico.

Sul piano delle iniziative, a gennaio del 2018, la Fondazione, insieme al Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università di Milano-Bicocca, ha organizzato a Milano un convegno sul tema *Sfogliare il passato. La storia nei giornali italiani*. Il convegno, curato in particolare dalla professoressa Barbara Bracco, si è avvalso della partecipazione di storici e giornalisti, ed è stato concluso da Ferruccio de Bortoli. I suoi Atti sono stati pubblicati nel 2019 a cura della Fondazione e del Dipartimento di Sociologia dell'Università milanese.

Un altro convegno sul tema *Stampa Coatta. Il giornalismo in regime di detenzione, confino e internamento (XX-XXI secc.)* si è svolto a Ventotene il 18 e 19 maggio 2019. Anche in questo caso per la sua realizzazione la Fondazione ha collaborato con il Dipartimento di Scienze Sociali ed Economiche della Sapienza Università di Roma e con il Dipartimento di Studi Internazionali, Giuridici e Storico-Politici dell'Università di Milano. Sono intervenuti al convegno numerosi storici tra cui i professori Alessandra Tarquini, Luciano Zani, Mimmo Franzinelli e Lorenzo Benadusi. Gli Atti sono in corso di pubblicazione.

Il 16 settembre del 2019, in occasione del centenario della nascita di Paolo Murialdi, la Fondazione ha organizzato nella sua sede un seminario-

UN MESTIERE PERICOLOSO

Nella pagina a fianco, Ilaria Alpi e Miran Hrovatin.

Qui sotto, due immagini scattate nella sede della Fondazione e Francesco Paoloni.



convegno sul tema *L'informazione tra riforma e controriforma*. L'incontro è stato aperto dalla relazione introduttiva di Vittorio Emiliani, che ha delineato il percorso politico, giornalistico e sindacale di Murialdi, cui sono seguiti numerose testimonianze e interventi, tra cui quello di Luciano Ceschia, segretario nazionale della Federazione della Stampa negli anni in cui Murialdi ne è stato presidente, di Bernardo Valli e di Alfredo Barberis, che hanno lavorato a *Il Giorno* insieme a Murialdi, di Raffaele Lorusso, attuale segretario generale della Federazione della Stampa, della storica Ombretta Freschi e di molti altri. Gli Atti del convegno sono pubblicati in un "Quaderno" della Fonda-



zione.

Infine, sul piano della ricerca, la Fondazione – questa è stata la sua prima iniziativa – ha condotto un'analitica ricerca sui giornalisti caduti nella Grande guerra, affidata a Pierluigi Roesler Franz e a Enrico Serventi Longhi, conclusasi con la pubblicazione di un volume ricco di documentazione iconografica in cui le singole biografie dei 264 giornalisti censiti sono accompagnate da una ricostruzione storica sul rapporto tra giornalisti e conflitto mondiale.

Una seconda ricerca, ancora in corso, sul materiale archivistico della Fondazione, affidata a Enrico Serventi Longhi e al ricercatore francese Mario Cuxac, ri-

guarda il tema *Epurati di Carta. Le epurazioni dei giornalisti tra cultura fascista e cultura democratica (1924-1948)*, dove vengono analizzate le epurazioni: quella del fascismo nei confronti dei giornalisti antifascisti e quella, messa in atto dai governi Badoglio, Bonomi e Parri, nei confronti dei giornalisti fascisti.

La Fondazione è anche dotata di un sito web, www.fondazionemurialdi.it, e diffonde periodicamente una *newsletter* sulle sue iniziative. La biblioteca e l'archivio, in via Augusto Valenziani 10/12 a Roma, sono aperti al pubblico dal lunedì al venerdì dalle 9:00 alle 13:00.

Giancarlo Tartaglia
(Segretario generale della Fondazione)

CURIOSITÀ INESAUSTA

In questa e nelle successive pagine, le immagini dell'album fotografico acquisito e donato alla Fondazione *Corriere della Sera* da Piergaetano Marchetti. Per le didascalie rimandiamo al testo e alla scheda finale.

INEDITI D'AUTORE

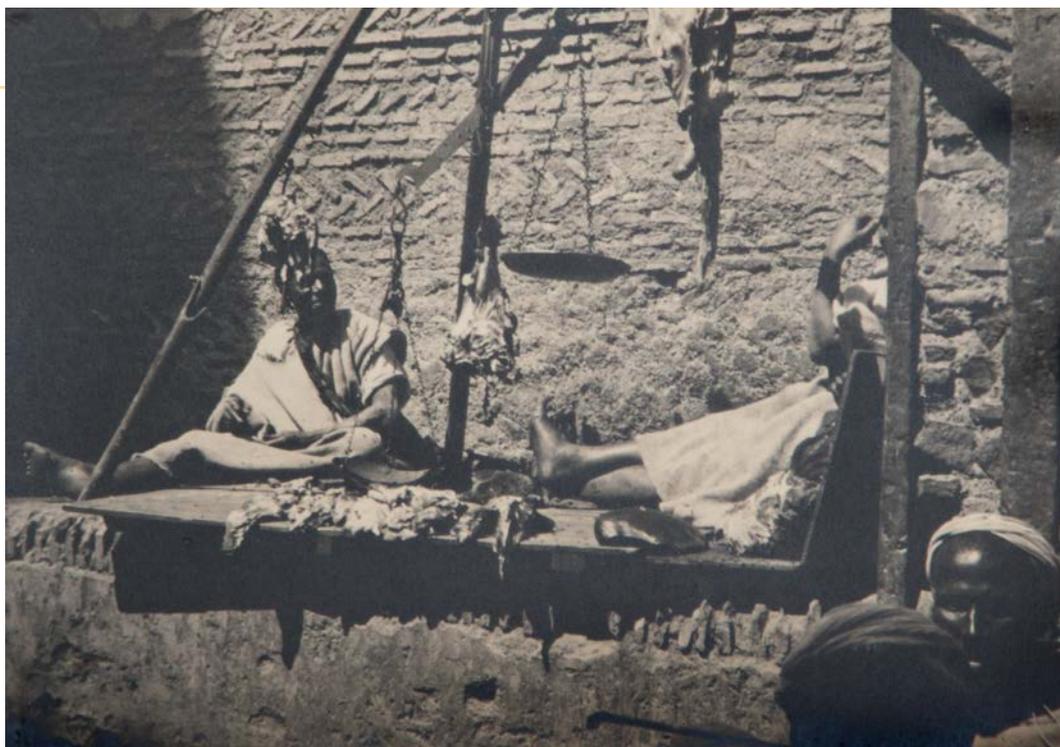
LE IMMAGINI SCATTATE IN MAROCCO
DAL PRINCIPE DEI GIORNALISTI

BARZINI FOTOREPORTER

DOVEVA PARTECIPARE A UN CONVEGNO SU QUEL PAESE
MA DECISE DI ANDARE A VEDERE CON I PROPRI OCCHI

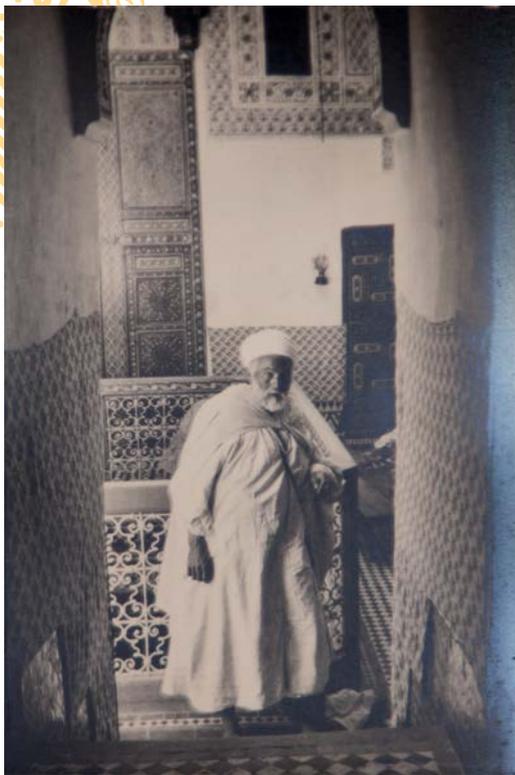
di LUDINA BARZINI





Luigi Barzini, mio nonno, iniziava il suo lavoro al *Corriere della Sera* nel 1899 come corrispondente da Londra, dove ha dovuto imparare l'inglese di corsa. L'anno successivo il giornale lo mandava in Cina per raccontare la guerra dei Boxer. Passando da Milano per pochi giorni per risolvere alcuni problemi logistici e prendere dei denari per il viaggio la sua destinazione era un segreto, «pareva il risultato di una cospirazione. Per ingannare meglio i concorrenti, il *Corriere* pubblicava il mio ultimo articolo da Londra proprio il giorno del mio imbarco da Genova per la Cina sulla nave Prinz Heinrich». Scriveva Barzini. Era il 10 luglio 1900. Barzini è stato inviato sul fronte di circa otto sanguinose guerre, dalla guerra dei Boxer in Cina alle

guerre balcaniche, dalla guerra russo-giapponese alla conquista della Tripolitania. È stato inviato sui vari fronti della Prima guerra mondiale e le sue corrispondenze sono state raccolte in cinque volumi. Barzini è stato testimone e ha narrato in presa diretta la storia del Novecento mentre si plasmava. Un uomo con molti talenti: fine disegnatore, fotografo di guerre e viaggi oltre che scrittore di racconti uno per tutti *Fiammiferino*, scritto a Tokyo mentre aspettava l'autorizzazione per andare sui vari fronti della guerra russo-giapponese nel 1905. E infine giornalista con un "occhio fotografico" al quale non sfuggiva nulla, come amava descriverlo Indro Montanelli, la cui scrittura limpida aveva il pregio di portare il lettore per mano sulla scena rendendolo partecipe agli avvenimenti senza orpelli sempre alla



ricerca del vero. Basta leggere le straordinarie pagine sul raid automobilistico da Pechino a Parigi (1907) con le fotografie della *Itala* e dei personaggi incontrati lungo il percorso scattate da Barzini, per rendersi conto del talento oltre che di giornalista anche di scrittore. Spiccava il suo stile narrativo diretto innovativo senza ghirigori floreali. Tanto che l'amico Gabriele d'Annunzio lo aveva definito «pittor di battaglie».

Nel dicembre 1905 il nonno sposa Mantica Pesa-

vento e pochi giorni prima le scriveva una lettera da Tokyo dove precisava che non voleva sentire parlare di viaggio di nozze, desiderava andare in riva al lago a riposare in una villetta ma, come spesso accadeva, la fantasia e i sogni non si trasformavano in realtà. Il lavoro bussava subito alla porta di Barzini e ai primi di gennaio 1906 il *Corriere* lo mandava in Spagna, ad Algeciras, a seguire la Conferenza sul Marocco. Il direttore Albertini acconsente a non separare subito la coppia e non vuole che Barzini collabori alle spese. I giovani sposi sono finalmente insieme per alcuni mesi.

Alla fine di gennaio il nonno scriveva e raccontava al suo direttore come procedeva il lavoro: «Credo di essere riuscito a dare giornalmente la fisionomia della conferenza. Bisogna sapere quello che avviene fra gente chiusa in una sala e che non vuol dire niente. Le poche righe di un dispaccio sono il risultato di interminabili ricerche, di ore d'attesa, di conversazioni avute, di corse a destra e a sinistra. Io non raccolgo quello che gira nel mondo giornalistico, vado alle sorgenti».

Dopo un altro mese «di un monumento di chiacchiere e un torneo di intrighi», Barzini si annoiava e mandava a dire al giornale che voleva conoscere la terra di tanto contendere e partiva per Tangeri, dove cominciava a organizzare il futuro viaggio: l'attraversata del Marocco.

Al giornale capiscono che Barzini fa sul serio e mandano ad Algeciras un altro giornalista per seguire la Conferenza.

«Dopo aver raccolto su quel Paese tanto discusso le più varie opinioni, ho finito per sentire il legittimo desiderio di sapere che cosa è veramente il Marocco. Il desiderio divenne presto tentazione, e un giorno abbandonai Algeciras e diplomatici, passai lo Stretto, e da Tangeri informai il mio giornale e i miei

lettori». Incominciava così per Barzini un'avventura che racconterà ai lettori del *Corriere* e che coincideva anche con il vero viaggio di nozze. Era spinto dall'infinita curiosità del giornalista che si addentra sempre più nei fatti per essere testimone della realtà in prima persona.

E Mantica? Finalmente poteva vivere tutte le emozioni di un viaggio avventuroso insieme a suo marito che al giornale costerà solo un asino in più da aggiungere alla carovana.

Il nonno e Mantica – che ha



spesso nausea e scopre dopo qualche giorno di essere incinta – vivono in tenda in condizioni estreme, si spostano a cavallo in un Paese che ha poche strade e solo sterrate e tanti sentieri da capre.

Barzini racconta un mondo misterioso che nessuno ha ancora attraversato e dove un po' dappertutto le diverse fazioni si scontrano e si attaccano. Il rumore degli spari li accompagna per buona parte del viaggio. Infatti il libro *Sotto la tenda. Impressioni d'un Giornalista al Marocco* è dedicato «Alla mia compagna di viaggio» ed è il-



lustrato con 150 fotografie scattate lungo il percorso dove ci sono scene di lavoro nei campi, carovanieri, persone che affollano il mercato, bambini, mura e porte di fortezze, uomini armati seduti a bordo strada, venditori di pane e uva secca e il macello di Fez. (L'album con quelle fotografie sono oggi di proprietà della Fondazione *Corriere della Sera*).

Il viaggio doveva durare un paio di mesi e anche le provviste caricate sulla carovana in partenza dalla stradiciola che fronteggia l'Hotel Continental di Tangeri «ostruita da tende arrotolate, letti da campo, utensili da cucina, muli bardati, valigie, casse di provviste, cavalli, selle, coperte, fucili, persino il carbone, mulattieri gesticolanti e urlanti». Racconta Barzini.

Si è formata una fila di sei muli oscillanti sotto i grandi carichi larghi quanto la strada e poi gli uomini

ni hanno preso il loro posto di marcia, chi a cavallo e chi a piedi, e la carovana si è mossa. Alcuni anni addietro andai a Tangeri perché curiosa di vedere il posto da dove era partito il nonno. Mi sono fermata davanti all'Hotel Continental ormai consumato e polveroso ma non abbandonato, e con una certa emozione ho ricostruito il luogo da dove il nonno e Mantica hanno iniziato il loro vero e avventuroso viaggio di nozze. Dall'albergo è uscito un signore che mi

ha spiegato che un giornalista italiano con una carovana di muli aveva preso il via da sotto il muro che costeggiava l'albergo e si era avventurato nel Paese ancora a molti sconosciuto all'inizio del Novecento. Ho capito che grazie al nonno quel muro e quel sentiero erano entrati nella storia dell'albergo.

Barzini scrisse che «Tangeri è una città affascinante perché incomprensibile». Aggiungerei alla sua definizione che è magnetica e misteriosa, amata da scrittori, musicisti, pittori, avventurieri e spie di ogni nazione.

L'itinerario tracciato dal nonno prevedeva la partenza da Tangeri per arrivare a Azila sulla costa atlantica, da lì a Laraishe, porto alla foce del fiume Lukkos, poi a Habbesi, un villaggio della tribù dei Beni Melek; avrebbe poi attraversato la regione della potente tribù dei Beni Hesen per valicare, infine, le montagne e

arrivare a Fez. E così è stato. «Il lettore non potrà seguire il viaggio sopra una carta geografica. Le carte del Marocco si sono contentate finora di mostrare delle linee punteggiate al posto dei fiumi principali e di accennare le principali catene di montagne». Secondo il nonno, un Paese senza strade rimaneva selvaggio «poiché la civiltà, per camminare, ha bisogno di piste. La civiltà non valica sentieri di capre, non passa fra roveti e brughiere, non attraversa pantani a guado, non va né a piedi, né a cavallo. Mancano dunque le gambe al progresso».



Il viaggio si rivela ancor più avventuroso del previ-

sto. La carovana deve passare il fiume Sebù e, arri-

vando nel punto dove prendere il battello, si trovano in mezzo a una confusione di muli, di asini, di cammelli carichi: «Grandinano bastonate sulle groppe delle bestie recalcitranti; balle di mercanzia sono accumulate nel fango, i barcaiuoli tirano per le corde di paglia le vecchie arche capaci, le quali fanno la spola da una riva all'altra urlando *balak! balak!* alla folla indisciplinata irta di fucili, di bastoni, di lance», scriveva Barzini. Agli animali l'acqua fa paura e i cammelli s'inginocchiano e agitano il loro muso dal qua-





le escono versi disperati, gli asini sono sollevati di peso e gettati nei barconi. «È un inferno. Non so come diamine ne sono uscito. Dopo un'ora di lotta mi sono ritrovato sano e salvo con la mia carovana, sulla riva del Sebù. Sulla terra dei Beni-Hessen». La giornata di Barzini non finisce così perché dopo poco il capo carovana Mustafà avverte che a un'ora di cammino c'è un celebre brigante, molto pericoloso perché ha duecento uomini a cavallo. Barzini gli chiede se devono fuggire. Il territorio che devono attraversare è pericoloso e pochi giorni addietro una

carovana di ventun muli è stata svaligiata e gli uomini uccisi. Mustafà insiste che bisogna andare dal brigante a chiedere ospitalità. Barzini riflette sul fatto che in Marocco dal male viene il rimedio: «Dove il potere supremo non comanda, la gente trova il modo di comandarsi da sé. Per comprendere i fatti bisogna tener conto che al Marocco il brigante non è fuori della legge, poiché non v'è legge».

A Fez El-Balì l'accampamento di Barzini si installa in un bel giardino sopra un tappeto di erba fine, in mezzo a folti aranci fioriti dal profumo inebriante. «La mia povera tenda da nomade civile aveva l'onore di un illustre vicinato. Il giardino confinava da un lato col palazzo del favorito del Sultano, da un altro con una nuova casa dello zio del Sultano e poco distante si eleva il palazzo del Visir degli affari esteri. Ma di queste nobili dimore io non vedevo che dei muri altissimi». L'incontro con il Sultano (Sidna) avviene con i riti stabiliti: «Sono entrato in un grande andito a volta, sterrato, dall'intonaco cadente oscuro e vecchio come un ingresso da prigione. In fondo era una figura bianca: Abd-El-Aziz, seduto in mezzo in una sedia europea, immobile. Alla sua sinistra c'era una sedia vuota, una democratica sedia di Vienna, e il Sultano mi ha invitato a sedermici». Barzini dopo i tre inchini di rito si siede e chiede al Sidna il suo pensiero sulla Conferenza d'Algeciras. Riceverà una risposta diplomatica e vaga. Il Sultano ha voluto sapere della guerra russo-giapponese. Ha chiesto se durante il viaggio aveva fatto delle fotografie perché desiderava averne copia e Barzini promise di mandargliele. E quando si salutarono il Sidna disse: «Insieme alle fotografie, mandami pure il tuo ritratto. Lo terrò per memoria di te. Pace». Chissà se Barzini si è ricordato di mantenere la promessa fatta al Sultano?

Ludina Barzini

**SCHEDE DELL'ALBUM FOTOGRAFICO
DONATO DA PIERGAETANO MARCHETTI
ALLA FONDAZIONE CORRIERE DELLA SERA**

Grande album fotografico in tela rossa e mezza pelle, 355 x 465 mm, contenente 150 foto montate su fogli di cartone, piatto posteriore staccato.

Luigi Barzini fu incaricato dal *Corriere della Sera* nel 1906 di seguire la Conferenza sul Marocco, iniziata il 15 gennaio e conclusasi con la firma il 7 aprile, che avrebbe stabilito il controllo internazionale a predominanza francese e spagnola sul Marocco. Il giornalista ne approfittò per organizzarvi il “viaggio di nozze” (aveva appena sposato Mantica Pesavento nel dicembre del 1905).

Al suo rientro Barzini pubblicò un volume dal titolo *Sotto la tenda. Impressioni d'un Giornalista al Marocco* (Milano, Cogliati, 1907), dove raccontava dettagliatamente il viaggio corredando la narrazione con 150 illustrazioni, tratte per l'appunto, dal presente album. «Come mi è nata l'idea di un viaggio al Marocco? Ero ad Algesiras *attaché* alla famosa Conferenza internazionale nella mia consueta qualità di corrispondente del *Corriere della Sera* e lag-



giù, dopo aver per dei mesi sentito parlare dai diplomatici (ed aver trasmesso telegraficamente) le più disparate opinioni sul Marocco... ho finito per sentire il legittimo desiderio di sapere che cosa è veramente il Marocco. Le montagne della costa marocchina, così vicine e alte sul mare di Algesiras, m'invitavano e mi allettavano più di tutte le Conferenze internazionali. Il desiderio divenne presto tentazione, e un bel giorno abbandonai Algesiras e diplomatici, passai lo Stretto e da Tangeri informai il mio giornale e i miei lettori della fuga...». Lo farà con una lettera eloquente che pubblica a seguire, dove sottolinea come «Il Marocco è forse oggi il Paese più interessante del mondo; l'anarchia che lo dilania ha scomposto le sue forze come il prisma scompone la luce e le offre all'esame dell'osservatore. [...] Organizzerò subito una carovana per affrontare un lungo viaggio nell'interno; Tangeri non è che la porta – e meno aperta di quello che si crede. Bisogna passare la soglia per vedere, ed io la passerò». Quella porta si spalanca ora davanti a noi nel percorso fotografico che qui presentiamo, un viaggio in 150 immagini.



PIERO SCARAMUCCI, DALLA RAI DI BERNABEI
 ALLA FONDAZIONE DI *RADIO POPOLARE*

"ONDE" DI TRASFORMAZIONE

UNA VITA DEDICATA ALLA RICERCA E ALLA CONQUISTA
 DI LIBERTÀ E INDIPENDENZA PER L'INFORMAZIONE

di *DANILO DE BIASIO*

I giornalisti sono come i fringuelli di Darwin: hanno un antenato in comune ma poi si evolvono e si differenziano. Piero Scaramucci rappresenta il giornalista dalla schiena dritta, geloso della propria autonomia di giudizio, refrattario alla retorica. Sicuramente c'era una predisposizione ad essere così, ma ha contato soprattutto l'epoca che Scaramucci ha attraversato trovando, in particolare nei movimenti democratici degli anni Sessanta e Settanta, una sua collocazione naturale. In qualche modo la sua biografia aiuta a comprendere le evoluzioni della società, della politica e, naturalmente, del giornalismo.

Figlio di un funzionario d'ambasciata e di una pianista polacca, Piero Scaramucci è stato un giornalista della Rai fin dagli anni Sessanta, grazie ad una vertenza sindacale che ha prodotto l'assunzione di lui e di un'altra piccola pattuglia di collaboratori. Un'azienda conservatrice, bigotta, ma che non poteva essere impermeabile

ai sussulti sociali e politici di quel periodo.

«Dire "Rai" negli anni Sessanta è dire "Ettore Bernabei", direttore nominato nel gennaio 1961. Sono gli anni della gestazione e poi del varo del centrosinistra; sono gli anni del boom economico; sono gli anni del "disgelo"; sono gli anni della trasformazione dell'elettorato cattolico e di quello comunista; sono gli anni in cui per la prima volta si parla del protagonismo dei giovani. Poteva la Rai rimanere quella di prima? No certamente, se è vero che la Rai è pur sempre il sensibile recettore dei cambiamenti del Paese», argomenta Irene Piazzoni, che insegna Storia del giornalismo alla Statale di Milano. Bernabei è stato capace di clamorose chiusure e coraggiose aperture «a seconda degli equilibri all'interno del partito di maggioranza, che è poi anche il suo, la Democrazia Cristiana, e a seconda degli equilibri con gli alleati di governo, che sono i partiti laici e il Psi», continua la docente, «tuttavia obiettivo di Bernabei è fare della Rai, in regime di mono-

Qui sotto, Piero Scaramucci alla cerimonia di premiazione del Premiolino nel 1980; accanto a lui, Antonio Di Bella.

polio, la più importante agenzia culturale degli italiani, di tutti gli italiani, anche di quelli che democristiani non sono – e sono parecchi. Per cui l'opera di mediazione avviene su piani più profondi, nella prassi quotidiana della costruzione sapiente del palinsesto, con un'offerta più sfaccettata – complice il varo del secondo canale, dove collocare i titoli più eterodossi o sperimentali – e un'informazione



meno conformista e più spregiudicata rispetto al passato; ne escono trasmissioni di approfondimento via via più coraggiose, da *RT Rotocalco Televisivo* a *TV7* fino al monotematico *Azeta*. *Un fatto: come e perché*, “speciali” più accattivanti, inchieste che sondano i fenomeni sociali salienti; ne escono una robusta offerta di *format* culturali e una intera biblioteca audiovisiva che avvicinano con gli sceneggiati un pubblico perlopiù ignaro al grande romanzo dell'Ottocento e del Novecento, oltre, naturalmente, a programmi di varietà che lavorano intorno a formule che coniughino gradevole intrattenimento e qualità nella fattura». La Rai degli anni Sessanta insomma

non è un monolite, è un'azienda banderuola, sensibile al vento del cambiamento e della restaurazione. «Rimangono le pressioni politiche, il paternalismo strisciante, le omissioni, gli eufemismi, i compromessi», dice ancora la professoressa Irene Piazzoni, «ma non c'è dubbio che la Rai degli anni Sessanta rappresenti, con i suoi limiti, un esempio di buona televisione e un esempio di buona “cultura popolare”; e che per questo sia, nonostante le pletoriche assunzioni, una fucina di talenti e professionalità, una “scuola” insomma». In questo contesto Piero Scaramucci ha l'intelligenza politica di inserirsi nelle fessure per ottenere spazi di democrazia allora



inusitati come intervistare gli operai al *Gazzettino Padano*, e conquiste sindacali, ad esempio considerare i telecineoperatori giornalisti a tutti gli effetti.

La bomba di Piazza Fontana mette in discussione tutto. Piero Scaramucci fa parte di quella pattuglia di giornalisti che non crede alle bugie degli apparati dello Stato che accusano Pinelli, Valpreda e gli anarchici. Fiuta che quella bomba non vuole destabilizzare, bensì stabilizzare, cancellare gli avanzamenti democratici. Glielo suggerisce la protervia con cui la Questura di Milano presenta una verità preconfezionata. Ma non può accontentarsi di una teoria: scava, indaga, collega frammenti. Con lui pochi altri giornalisti, intellettuali, sindacalisti, esponenti politici: nasce un libro *cult* fin dal titolo *Strage di Stato*. Guai a chiamarla “controinformazione”: «Quella era informazione», s’inalberava Piero Scaramucci. A metà degli anni Settanta un nuovo *turning point*: in Rai le aperture promesse irrancidiscono nella lottizzazione (Antonio Di Bella lo racconta benissimo: «in Rai c’erano i democristiani, i so-

cialisti, i comunisti. E poi c’era Piero. Che non era di nessuna di queste correnti»); fuori i movimenti sociali si sentono pronti a *fare* i media e non a subirli; le tecnologie permettono passi in avanti inaspettati; la Corte Costituzionale apre la strada alla libertà d’antenna seppur nel solo ambito locale. Può nascere finalmente un mezzo di comunicazione davvero libero: *Radio Popolare*.

Tutti riconoscono a Piero Scaramucci la paternità di quel progetto. È suo l’atto costitutivo (*Per una Radio popolare*,

1975); ne è stato il primo direttore (fino al 1977) e più in generale *Radio Popolare* è stata per lungo tempo a sua immagine e somiglianza. Schietta, mentre il resto dei media era asservito ai poteri economici e politici. Parlava chiaro, mentre il linguaggio della Rai era ancora barocco. Curiosa, mentre gran parte delle cronache erano addomesticate.

Quasi fiabesco il suo modo di raccontare la nascita dell’emittente nelle pagine della “Garzantina” monografica su *Radio Popolare*: «Da chi è partita l’idea della radio?», «Da un’euforia: che fosse possibile comunicare direttamente e non solo con giornali, volantini, megafoni; che le idee della sinistra rivoluzionaria, messe in parole, in dialogo, fuori dai nostri soliti stereotipi espressivi, fossero fertili; che soprattutto sarebbe stato decisivo che parlassero i protagonisti delle lotte, comunicassero tra loro, da destinatari di messaggi diventassero protagonisti».

Una rivoluzione davvero. In scia con le altre radio libere degli anni Settanta che hanno effettivamente cambiato il panorama mediatico. Solo che l’i-

Nella pagina a fianco, Piero Scaramucci in uno degli studi di *Radio Popolare* installati a Genova per seguire il G8 del luglio 2001. Qui sotto, mentre intervista Franca Rame e Dario Fo nella sede attuale di *Radio Popolare*, in via Olleairo a Milano (fotografie di Matteo Bergamini).

dea di Scaramucci ha resistito, le altre no. Principalmente per due motivi coincidenti: perché si è posta da subito la necessità dell'indipendenza economica e dell'autonomia editoriale. «La cosa straordinaria – spiegava sempre Scaramucci nella “Garzantina” –, il “miracolo”, è che tutti [i redattori, ndr] sono entrati lottizzati e dopo 5 minuti in radio non lo erano più. Io non ho mai visto una cosa così in vita mia. Ho visto in Rai lottizzazioni di ogni tipo ma dentro *RP* si è creata una dinamica di autonomia redazionale, ideologica». Lo conferma uno dei giornalisti cresciuti in quella “scuola”, Paolo Hutter: «A noi ubriachi di sinistra insegnava che la sobrietà del giornalismo radiofonico può essere una leva di cambiamento ben più potente di una bandiera rossa».

Piero Scaramucci torna a fare il direttore di *Radio Popolare* dal 1992 al 2002: un'era geologica diversa dal punto di vista politico e sociale. Dalla “Milano da bere” a Tangentopoli, dal '77 a Genova 2001, dalla rivoluzione di Khomeyni alle Torri Gemelle. A Sergio Ferrentino che gli chiedeva «cosa ti ha dato *RP*?», Piero Scaramucci rispondeva: «Il lavoro collettivo con un gruppo generoso ma esigente e insieme il rapporto, non mercantile, con il pubblico, altrettanto generoso e non meno esigente, sono prove impegnative ma molto gratificanti. Una dinamica che non conosco altrove e che ti permette di credere che le utopie sono realizzabili. È molto più di un'esperienza professionale. Senti un'enorme responsabilità, devi essere continuamente autocritico e insieme guardare in avanti, prevedere, discutere anche rischiare, mettere in moto processi che cammi-



nino con le proprie gambe».

In una delle tante fasi di autoanalisi di *Radio Popolare* la dirigenza incaricò Piero Scaramucci, Carlo Oliva – il professore di greco e latino più amato del Parini, un'autorità in materia di gialli – e il sottoscritto di scrivere la *Dichiarazione d'intenti*. In pratica di scrivere la Costituzione di *Radio Popolare*. È stato come invitare un bambino in un negozio di giocattoli. A piedi scalzi se era estate, con i pesanti maglioni da marinaio scandinavo se era inverno, Piero Scaramucci apriva le porte del suo appartamento trasformandolo in una piccola Costituente. Cimentarsi con un testo che doveva restare attuale per decenni è stato difficile, perché le sollecitazioni alle mode del momento erano forti. Ho imparato molto da Scaramucci e Oliva. Sono passati quasi trent'anni ma i concetti della *Dichiarazione d'intenti* sembrano scritti oggi: «*Radio Popolare* considera valori irrinunciabili [...] la propria indipendenza e la propria funzione di servizio. E considera un diritto essenziale della persona quello di

CON GLI OPERAI

Nella pagina a fianco: Piero Scaramucci davanti alla Prefettura con gli operai della Innocenti scesi in sciopero contro la cassa integrazione, Milano, 1978 (fotografia di Alberto Roveri).

STORIE DI GIORNALISTI CORAGGIOSI

poter comunicare ed essere informata». Indipendenza – sostenevamo allora e anche oggi – non è sinonimo di asetticità, significa scegliere «esplicitamente di interpretare in particolare gli interessi di quanti (e sono la maggioranza della popolazione) sono costretti a subire i meccanismi dei processi informativi e non hanno strumenti né per incidervi né per tutelarsene». Ma schierarsi con chi non può o non sa usare i media non vuol dire marciare con il paraocchi: «In nessun caso *Radio Popolare* dovrà essere portavoce o megafono di chicchessia, il suo impegno sarà quello di esprimere la pluralità del reale e restituire la voce a coloro che ne sono stati privati». Era il 1990, manco sapevamo che ci sarebbero stati Internet, Google e Facebook, ma già scrivevamo che le concentrazioni editoriali «accentuano quei meccanismi che riducono la pluralità delle voci, mortificano la libertà di informare e comunicare, contribuiscono a determinare la subordinazione sociale di larghi strati della popolazione, spengono dissenso e dialettica, producono conformismo». Nel suo piccolo anche la *Dichiarazione d'intenti* di *Radio Popolare*, come le migliori Costituzioni, è capace di guardare lontano e non si chiude alle novità. La conclusione rivendica l'assenza di «modelli a cui rifarsi» e che occorra continuare a sperimentare, perché ci sarà sempre «una grande necessità di dire, comunicare, intervenire attivamente nella comunicazione collettiva, conoscere i fatti e le possibili relazioni fra di essi, come contributo ad un “cercare senso” nell'esistente e nel possibile».

«Fondatore per eccellenza» (*copyright* della giornalista Marina Così), ovunque sia andato Piero Scaramucci ha lasciato un segno. Lotta Continua, il *Bollettino di Controinformazione Democratica*,

Radio Popolare. E il Gruppo di Fiesole. Le dinamiche interne al sindacato dei giornalisti sono spesso intricate e incomprensibili ai non addetti ai lavori. Il Gruppo di Fiesole è stato, nel 1986, la reazione ad una sconfitta congressuale e conseguente rottura della componente di centrosinistra del sindacato. «Fu un dibattito splendido, “alto”, discutemmo un po' di tutto, affermando sostanzialmente due principi cardine: il primo, la difesa della libertà dell'informazione, allora fortemente minacciata dal potere politico, e il secondo, la necessità di una ripresa dell'attività sindacale su altri criteri, rispetto al passato. Volevamo diventare un luogo di elaborazione e di discussione aperto a tutti»: Piero Scaramucci ha raccontato così la nascita di questa componente di grande modernità, che rifiuta di essere solo corrente sindacale per diventare un laboratorio di idee.

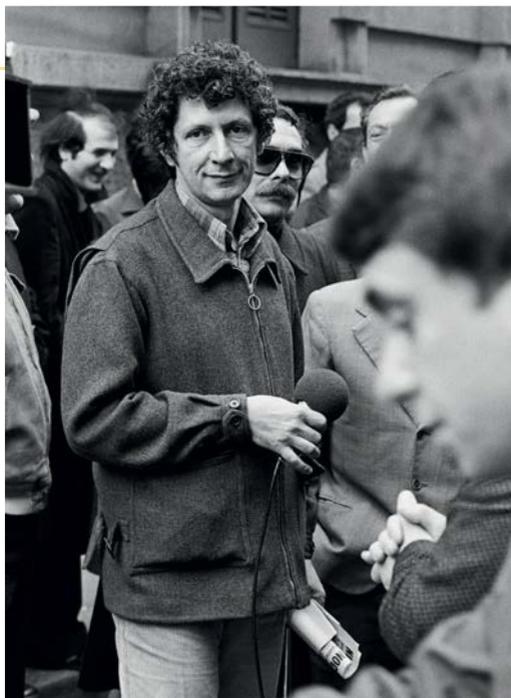
Sbaglia chi pensa fosse solo “genio e sregolatezza”: Scaramucci amava immaginare regole. C'è di fatto la sua firma anche nello Statuto della FNSI. «Senza di lui non avremmo mai fatto la riforma statutaria», ricorda oggi il presidente della FNSI Beppe Giulietti, «perché riuscì a convincere persone con orientamenti diversi a trovare una sintesi nel segno dell'interesse generale e nella capacità di anteporre l'istituzione ai giochi di corrente. Piero – continua Giulietti – aveva davvero la stoffa del grande politico, capace di imporre strappi ma anche ricercare la sintesi tra le diversità, ben sapendo che il Sindacato per essere “casa comune” non può ospitare solo amici e compagni, ma deve essere capace di far convivere i distinti e i distanti». Su *Il Giornalismo*, periodico del Sindacato lombardo dei giornalisti, del febbraio 1998, c'è un pezzo che trasuda (au-

to)ironia: «Perché mai (si chiederà uno storico postumo) alla fine del secondo millennio i giornalisti italiani hanno tanto resistito ad ammettere che la professione era cambiata, che la distinzione tra professionisti e pubblicitari non raffigurava più la vera natura dei rapporti di lavoro, che era utile cambiare per rafforzare il Sindacato?». Piero Scaramucci elencava così i risultati ottenuti con il nuovo Statuto FNSI: un sindacato più democratico, meno burocratico e corporativo, attento alle nuove emergenze come precarietà e parità di genere, ma ammetteva che c'era ancora molto da fare.

Come detto, Scaramucci ovunque andasse lasciava il segno. Anche qualche mese prima della sua morte, da militante dell'Anpi, era stato censurato dal Comune di Pavia alla celebrazione del 25 aprile. «Elemento divisivo», si sono giustificati gli zelanti. Era quasi divertito per quell'etichetta, perché se «divisivo» significava che da una parte stanno i nazi-fascisti e dall'altra i partigiani che ci hanno regalato la libertà e la democrazia, non aveva dubbi: quella divisione persisteva, quel confine non poteva essere più netto.

Questa non è la biografia di Piero Scaramucci, al massimo sono degli appunti di una vita intensa, fortemente radicata nel suo tempo ma anche anacronistica se pensiamo alla sua insistenza, così *démodée* nell'era delle fake news, contro «banalità, omologazione, propaganda. – incalza ancora Beppe Giulietti – Per Piero non esisteva la “percezione”, nuova e grave forma di mistificazione, ma solo e soltanto l'indagine rigorosa della realtà, la connessione tra parole e cose, l'illuminazione dei punti di vista meno praticati e conosciuti».

Per alcuni la vicenda umana di Piero Scaramuc-



ci sembrerebbe contrassegnata dall'utopia, da una perenne rincorsa contro i mulini a vento della sopraffazione: niente di più sbagliato! Guidato da forti convinzioni – e da un carattere spigoloso – Scaramucci ha sempre cercato di modificare lo stato delle cose, di riparare le ingiustizie, di avanzare. Se conoscenza è potere, ha provato a distribuirla a chi non ne aveva accesso. Quando ha capito che non sarebbe riuscito, per esempio a smontare dall'interno il blocco di potere in Rai, ha pensato che potesse riuscirci creando un medium libero come *Radio Popolare*. Quando gli è sembrato di aver ottenuto il massimo da *Radio Popolare* si è allontanato per occuparsi della difesa della Costituzione. Pensava, con decenni d'anticipo, che “un altro mondo è possibile”. E ha provato a renderlo possibile.

Danilo De Biasio

I GOLPE LATINO-AMERICANI

Nella pagina a fianco, il manifesto *La Nueva Canción Chilena* degli inti-illimani.

Il gruppo cileno era in Italia quando avvenne il colpo di Stato.

MIGRANTI POLITICI VISTI DAI GIORNALI

COME GLI ORGANI DI INFORMAZIONE ITALIANI
HANNO "RACCONTATO" GLI ESULI

VERSO UNA NUOVA PATRIA

UNA BANCA DATI OSPITA GLI ARTICOLI DELL'EPOCA
(1967-85) PUBBLICATI SU SEI IMPORTANTI TESTATE

di MARIA CANELLA

La recente attualità, con l'esodo verso l'Europa di un numero sempre crescente di migranti, ha riproposto con forza il tema dei rifugiati di fronte all'opinione pubblica italiana ed europea. Se, infatti, gran parte del movimento migratorio è determinato da motivazioni economiche, più numerosi che nel recente passato sono gli arrivi di persone in fuga da teatri di guerra (il caso della Siria), da turbolenze politiche protratte nel tempo (alcuni paesi del Nord Africa, a cominciare dalla Libia) o da feroci dittature (su tutte l'Eritrea). In questi casi, più della categoria di migranti, ad apparire adeguata sembra essere quella di rifugiati, con le profonde differenze giuridiche che un simile slittamento comporta.

Per quanto drammaticamente acuita nei numeri, una simile situazione non è del tutto nuova per il nostro Paese che nel corso della seconda metà del Novecento si è a più riprese confrontato con la presenza

di rifugiati politici, talvolta anche in numero consistente. Nel mondo bloccato dominato dagli equilibri bipolari tali presenze erano molto più ridotte rispetto a oggi, mentre quasi del tutto inesistente rimase a lungo in Italia l'immigrazione determinata da motivi economici. Ciò non significa che alcune delle problematiche che emergono ora con particolare urgenza, a cominciare dalla definizione dello status di rifugiato, per giungere alla creazione in Italia di reti di solidarietà tra i rifugiati provenienti da uno stesso Paese o legati da affinità culturali e politico-ideologiche, non fossero emerse anche nel passato. Allo stesso modo, anche allora le forze politiche italiane avevano dato valutazioni profondamente diverse dell'accoglienza da accordare ai vari gruppi di rifugiati, cercando talvolta di utilizzare la loro presenza per alimentare il dibattito e la polemica politica interna.

Partendo da questa attenzione all'attualità politica, il progetto ha ricostruito in che modo si sviluppò

in Italia l'accoglienza ai rifugiati politici tra la seconda metà degli anni Sessanta e i primi anni Ottanta, analizzando al contempo come le varie comunità di esuli si organizzarono sul territorio, riuscirono a mantenere contatti con le madrepatrie e con le altre "diaspore" in Europa e Nord America e furono capaci di influire sulle scelte politiche dei partiti italiani.

La seconda metà degli anni Sessanta è stata individuata come punto d'inizio dell'analisi perché tale periodo ha visto l'inizio di una presenza nuova e diversa di rifugiati. Ormai conclusasi la vicenda delle *displaced persons*, che aveva interessato l'Italia nel secondo dopoguerra, e che costituiva un'ultima, drammatica conseguenza del conflitto mondiale, il nostro Paese si trovò interessato dall'arrivo di rifugiati politici di nuovo tipo. Il primo significativo flusso di esuli provenne dalla Grecia. Si trattava, per lo più, di attivisti dei partiti di sinistra, in fuga dalla dittatura dei "colonnelli", iniziata con il colpo di Stato dell'aprile 1967. Per i rifugiati greci l'Italia fu spesso una prima meta, in vista di destinazioni più lontane. Ciò non toglie che, tra il 1967 e il 1974, una cospicua comunità di esuli greci risiedette nella Penisola. In conseguenza di ciò particolarmente elevato fu il numero di studenti greci iscritti alle università italiane nel corso degli anni Settanta, che raggiunse nel 1977 il picco di 16mila unità, con una rilevante presenza, per esempio, alle facoltà di Ingegneria e Architettura del Politecnico di Milano.

Gli anni Settanta furono il decennio che, probabilmente, vide il più significativo afflusso di rifugiati politici nel nostro Paese. Centrale fu la situazione di instabilità e sconvolgimenti politici che coinvolse in particolare l'America meridionale e il Vicino



e Medio Oriente. Un vero e proprio spartiacque può essere individuato nel colpo di Stato cileno del settembre 1973, che diede inizio a un significativo esodo dal Paese andino. In una fase in cui nella Penisola iberica erano ancora al potere dittature di destra, l'Italia divenne uno dei principali Paesi d'accoglienza per i rifugiati cileni, che in gran parte provenivano da movimenti e partiti di sinistra. Un fenomeno analogo si sviluppò alcuni anni dopo, durante il sanguinoso governo della giunta militare argentina (1976-1983). Da altri Paesi dell'America latina governati da regimi dittatoriali, per esempio dal Brasile, giunsero infine singole personalità o gruppi più piccoli di rifugiati. Certo è che nel corso degli anni Settanta l'Italia fu uno dei quattro Paesi europei, assieme a Svezia, Francia e, soprattutto dopo il 1975, Spagna, ad accogliere il maggior numero di esuli politici dai Paesi latinoamericani.

GRANDE RISALTO

Nella pagina a fianco, la prima pagina del *Corriere della Sera* del 20 giugno 1979. Il tema trattato è quello del grande esodo dal Vietnam.

MIGRANTI POLITICI VISTI DAI GIORNALI

Anche prendendo in considerazione il Vicino e Medio Oriente, gli anni Settanta appaiono particolarmente rilevanti. L'occupazione israeliana della Cisgiordania (1967), la svolta antipalestinese di re Husayn di Giordania nel settembre 1970 e, infine, lo scoppio della guerra civile in Libano (1975), contribuirono a far aumentare un'emigrazione palestinese, già iniziata negli anni precedenti, che in Italia trovò significativi sbocchi per quanto riguarda l'istruzione universitaria. La già ricordata guerra civile libanese, iniziata nel 1975 e protrattasi per un quindicennio, fu inoltre alla base di una rilevante emigrazione dal Paese levantino. Pur indirizzandosi di preferenza verso la vasta "diaspora" libanese, in Francia e nelle Americhe, anch'essa interessò l'Italia, per quanto piuttosto limitata da un punto di vista quantitativo. La rivoluzione iraniana del 1979 e la successiva affermazione del regime degli ayatollah, infine, causarono una grande ondata emigratoria verso i Paesi occidentali. In essa si mischiavano motivazioni economiche, religiose e politiche, poiché oltre ai nostalgici del regime dello Scià, non furono pochi i giovani democratici e radicali che lasciarono il Paese, dopo la svolta teocratica della rivoluzione. E anche in questo caso l'Italia giocò un ruolo significativo come terra d'asilo, sia per coloro che vi transitarono, sia per il numeroso gruppo che vi si stabilì.

Il Corno d'Africa, tradizionale obiettivo della politica espansiva italiana tra Otto e Novecento, contribuì a sua volta, nel corso degli anni Settanta, a un importante fenomeno di emigrazione "politica" verso l'Europa, e l'Italia in particolare. Qui, la rivoluzione del Derg in Etiopia (1974) e l'endemica guerriglia indipendentista in Eritrea furono le principali cause di fuga da un contesto segnato anche da una spaventosa povertà.

Né va escluso il caso, in parte diverso e quantitativamente assai più limitato, dei "dissidenti" del blocco orientale rifugiatisi in Italia. In questo caso si trattò di poche personalità, che assusero, però, a una significativa rilevanza nel dibattito politico italiano, in connessione alle polemiche a sinistra tra Psi e Pci e all'organizzazione di dibattiti ed eventi culturali di grande impatto, a cominciare dalla "Biennale del dissenso" del 1977.

Partendo dai presupposti storiografici sopra individuati, un gruppo di ricerca afferente al Dipartimento di Studi storici dell'Università Statale di Milano composto da Daniela Saresella (responsabile), Giulia Lami, Patrizia Audenino, Maria Canella, Paolo Zanini, Giulia Bassi, Fabio Guidali, Giovanni Morretto, Stefano Morosini e Jacopo Perazzoli, ha voluto indagare l'arrivo degli esuli in Italia, i diversi modi in cui essi si organizzarono, le interazioni con la società, gli ambienti culturali e le forze politiche italiane, attraverso lo spoglio e l'analisi delle maggiori testate quotidiane dell'epoca, per restituire quello che è stato uno degli strumenti fondamentali nella creazione dell'opinione pubblica italiana.

L'obiettivo è stato quello di ricostruire un aspetto fino ad oggi poco noto della storia dell'Italia repubblicana, contribuendo al contempo a fornire uno strumento d'analisi per aiutare a capire le dinamiche dell'attualità, pur consapevoli delle profonde differenze esistenti tra i fenomeni degli anni Sessanta e Settanta e le più recenti ondate migratorie.

La ricerca, gestita e coordinata da docenti, ha avuto una sua prima fase condotta grazie al sostegno della Fondazione Cariplo. È stato realizzato il portale <http://www.versounanuovapatria.unimi.it/> sui temi oggetto della ricerca, che ospita una vasta banca dati con articoli della stampa dell'epoca riguardanti gli esuli politici presenti in Italia nel pe-

riodo 1967-1985 e le reti che furono in grado di costituire.

Si tratta di una documentazione scientificamente selezionata e specificamente riferita al periodo preso in esame; essa, tuttavia, appare propedeutica anche a una più generale comprensione dell’immigrazione in Italia, facendo riferimento al primo verificarsi su vasta scala di tale fenomeno nel nostro Paese e alla costruzione di reti di solidarietà, politiche e nazionali, tra gli esuli.

La rassegna stampa è stata condotta su *Corriere della Sera*, *La Stampa*, *l’Unità*, *Avanti!*, *il manifesto*, *Lotta Continua*. Sono stati inseriti 1.033 articoli, che hanno permesso di incrociare i dati riferiti a 714 nomi, 186 eventi e 123 concetti. Pur trattandosi di fonti a stampa, il lavoro pionieristico, grazie alle possibilità di connessione tra i dati consentite dal portale, ha condotto a gettare una luce del tutto nuova su un periodo complesso della nostra storia, offrendo materiale straordinario per nuove ricerche d’archivio e bibliografiche.

Corriere della Sera. La ricerca condotta sulle pagine del *Corriere della Sera*, prestigioso quotidiano moderato milanese, a lungo rappresentante degli interessi della borghesia, e del *Corriere d’Informazione*, suo «confratello» con «tendenze meno retrive», ha consentito di individuare oltre 800 articoli dedicati al tema dell’emigrazione verso l’Italia e alle richieste d’asilo presentate alle autorità competenti.

Il 1967 coincide con l’ultimo scorcio della direzione di Alfio Russo, che porta il giornale ad avvicinarsi al Partito liberale nell’opposizione al centro-sinistra e che è capace di rinnovare il settore della cronaca. È proprio in questa sezione del giornale che, nei primi anni in esame, fa la sua comparsa la



gran parte dei pezzi che rendono dettagliatamente conto dei nominativi degli esuli, della loro provenienza e della loro professione, del percorso compiuto e dei motivi della partenza dal paese d’origine. Tale prassi non muta neppure quando è lo storico Giovanni Spadolini a sedere alla scrivania che era stata di Luigi Albertini: brevi articoli non firmati, posti prevalentemente in taglio medio o basso nelle pagine interne o nella sezione milanese del *Corriere della Sera*, raccontano del flusso – in alcune fasi quasi giornaliero – di uomini e donne in fuga dai regimi dell’Est Europa, persone che ven-

gono definite «evase dal “paradiso comunista”» e che hanno preferito «iniziare una vita problematica di senza patria, ma senza costrizioni».

Il fatto che il *Corriere della Sera*, così puntiglioso nel riportare le vicende di singoli profughi ungheresi, cecoslovacchi, jugoslavi o romeni, riservi minore spazio al racconto delle vicende degli esuli in fuga da regimi politicamente conservatori come i greci, consente di ipotizzare una politicizzazione della questione. Se, infatti, non si può fare a meno di parlare di eventi di grande impatto, come l'ammutinamento del cacciatorpediniere della Marina greca *Velos* nel maggio del 1973, è significativo che perfino la richiesta d'asilo in Italia da parte dell'ex vicepresidente della Camera dei deputati greca sia trattata in un semplice trafiletto senza alcun approfondimento né enfasi. Il quotidiano, mantenendosi estraneo a qualunque commento di carattere politico, lascia pertanto trasparire la sua posizione selezionando con attenzione le notizie da riportare e il ritmo e la densità dell'informazione da fornire: citare quasi ogni giorno i gruppi di profughi d'oltrecortina che giungono in Italia significa, infatti, raccontare uno stillicidio, che il lettore probabilmente percepisce come comunque non paragonabile ai singoli – per quanto eclatanti – casi di fuga da regimi conservatori.

In ogni modo, in anni notoriamente di snodo nella storia del *Corriere della Sera*, quelli della direzione di Piero Ottone, il quotidiano anche intorno a questo tema si mostra propenso a seguire una linea *liberal*, non mancando di segnalare un mutato atteggiamento da parte delle autorità nei confronti degli stranieri. Il giornale denuncia, infatti, la crescita del numero di espulsioni dall'Italia di cittadini stranieri, spesso indiscriminate e dovute alla repressione delle attività politiche clandestine e a un più stretto

controllo sui traffici della droga. Il *Corriere della Sera* segnala, inoltre, le peccche del sistema di gestione dei richiedenti asilo, e in particolare le condizioni ben poco civili del campo di Capua, alzando anche la voce a difesa dei rifugiati nell'ambasciata italiana a Santiago del Cile, in relazione ai quali sollecita direttamente il governo a intervenire per concedere loro asilo senza aspettare oltre, sottolineando: «l'importanza che l'opinione pubblica, le forze politiche antifasciste, la coscienza civile nazionale aderiscano all'appello di mobilitazione è grandissima in questo momento: bisogna che chi ha il dovere di prendere una decisione in uniformità con la norma costituzionale, la prenda e la prenda subito». Nella seconda parte degli anni Settanta, nel passaggio tra la direzione innovatrice di Piero Ottone a quella di Franco Di Bella, e ancor più negli anni Ottanta, rimane nel *Corriere della Sera* l'attenzione per la cronaca, sebbene venga meno l'acribia del decennio precedente, verosimilmente non tanto per l'accresciuto numero di arrivi, che rende difficile fornire un rapporto minuzioso per ogni richiesta di asilo, quanto soprattutto per via di un evidente mutamento di interesse (e di una minore disponibilità delle questure nel fornire dati personali degli esuli).

La Stampa. Nel periodo indagato il quotidiano torinese *La Stampa* ha rappresentato un punto di riferimento per la cronaca estera e per l'analisi delle più importanti questioni internazionali. Anche in conseguenza di questa peculiarità il quotidiano ha dimostrato un costante interesse nei confronti del tema dei rifugiati politici presenti in Italia, soprattutto per quelli provenienti dalla Grecia dopo il colpo di Stato militare dell'aprile del 1967, dalla Cecoslovacchia dopo l'intervento dell'Armata Ros-

Qui sotto, una manifestazione a San Gimignano, nel 1967, contro il colpo di Stato dei colonnelli in Grecia.

sa dell'agosto 1968, dal Cile dopo il colpo di Stato militare del settembre 1973, dall'Argentina dopo l'instaurazione del regime militare nel marzo 1976, e infine dalla Polonia dopo l'introduzione della legge marziale nel dicembre del 1981.

Sono altresì pubblicati articoli riferiti alla presenza di profughi provenienti da Algeria, Biafra (Nigeria), Sudan, Ungheria e Vietnam. Sono stati rilevati articoli di cronaca – in periodi particolarmente significativi anche con cadenza quotidiana – che descrivono con dovizia di dettagli la presenza dei rifugiati nelle ambasciate italiane, il loro trasferimento in Italia – sia esso clandestino od organizzato dalle istituzioni internazionali o dal Ministero degli Esteri italiano –, la loro accoglienza presso strutture alberghiere o appositi centri di raccolta, l'eventuale attività di sensibilizzazione politica da loro svolta, o gli eventuali problemi logistici, organizzativi o di natura politica che emersero.

Avanti!. La condotta del quotidiano socialista, certamente da connettere agli aspetti umanitari della vicenda, andò mutando anche in coerenza all'atteggiamento del Partito: la posizione assunta dal Psi in occasione dei fatti di Praga trovò piena espressione nella posizione dell'*Avanti!* di fronte alla comparsa in Italia di un crescente numero di esuli cecoslovacchi che, anziché ritor-

nare in un paese ancora ad influenza sovietica, preferivano richiedere asilo politico in un paese a loro straniero. In secondo, se quanto avvenuto in Grecia e in Cile poteva per certi versi contribuire a rafforzare il fronte unitario delle sinistre in funzione squisitamente antifascista, l'operazione volta a sostenere i dissidenti nei paesi dell'Est serviva al quotidiano socialista per sostenere la polemica anti-comunista della fase iniziale dell'era Craxi. In terzo ed ultimo, una volta venuti meno i principali spauracchi antidemocratici, dal regime di Franco a quello di Salazar, dai colonnelli greci alla dittatura di Pinochet, l'*Avanti!* si ripropose sulla scena nelle vesti di un giornale estremamente attento alle condizioni umanitarie degli esuli ormai stabilitisi in Italia, confermando così la vecchia tesi di Gaetano



Arfe secondo cui un qualsivoglia giornale socialista non poteva che «battersi per tutte le cause alle quali si lega un'affermazione di libertà e di giustizia».

l'Unità. L'analisi degli articoli inventariati conferma il fatto che il giornale risponde, nelle selezioni degli argomenti, alle esigenze dettate dal quadro programmatico politico nazionale. Questo fattore sembra essere avvalorato da due questioni principali. Si rileva, in primo luogo, l'assenza totale nel 1968 di qualsiasi riferimento agli esuli politici dopo l'agosto cecoslovacco, di cui si ha invece notizia su altre testate, come *l'Avanti!*. In secondo luogo, un grande risalto trovano la questione degli esuli greci a partire dalla primavera del 1967 (e per anni a seguire), poi quella degli esuli spagnoli, infine quella degli esuli cileni soprattutto dal 1974, tutti conseguenza di governi o colpi di Stato autoritari. Altri casi da segnalare, seppur rari e limitati nel tempo, sono l'ingresso coatto di profughi dall'Africa nel luglio-agosto del 1972 nell'ambito del racket del lavoro forzato, e in particolare la situazione dei profughi tunisini in Sicilia; oppure, il caso dell'apolide di origini ungheresi László Tóth.

Possono essere inoltre fatte due considerazioni di ordine generale. Innanzitutto, il riferimento agli esuli politici è sempre inserito entro articoli che trattano di temi politici generali propri del paese in questione e che menzionano appelli, cortei e manifestazioni, solo raramente richieste di asilo (perlopiù in termini generali). Questo aspetto ha ovviamente complicato l'individuazione di articoli di fondo sull'argomento, vista anche la consistenza del giornale (circa 400 pagine mensili che aumentano negli anni con picchi di 650). In seconda istanza, deve essere rilevato che gli esuli non vengono quasi mai nominati individualmente, ma si usano solitamente

categorie appellative plurali. È alla lotta comune infatti che si inneggia, non al singolo individuo, tranne ovviamente rare e in qualche caso significative eccezioni, come nel caso del poeta spagnolo Rafael Alberti, menzionato più volte lungo tutto l'arco cronologico considerato. Soprattutto nel caso greco e spagnolo e per gli anni 1967-1973, poi, non vengono quasi mai usati i termini che ci aspetteremmo, e cioè parole come “esuli”, “profughi”, “esiliati”, “rifugiati”, “fuoriusciti”, e così via. Si parla invece più spesso di «democratici» o «patrioti» «che risiedono in Italia»; o ancora di «giovani» e più spesso di «studenti». Questo, come detto, è ancora più vero per quanto riguarda i casi greci e spagnoli, associati quasi sempre a categorie appellative di questo tipo o ad altre che discendono da categorie politiche risalenti al vivo della lotta antifascista, quali «resistenti» o «partigiani», soprattutto nelle giornate celebrative nazionali, come la festa della Liberazione.

il manifesto. Editto a partire dal giugno del 1969 con periodicità mensile e trasformato in quotidiano nell'aprile del 1971, *il manifesto* esprime le posizioni del gruppo politico inizialmente collocato alla sinistra del Pci e quindi – novembre 1969 – espulso dal Partito con l'accusa di frazionismo. Sin dall'articolo *Praga è sola*, pubblicato nel settembre del 1969, più che descrivere le vicende legate alla presenza in Italia di profughi provenienti da diversi paesi, il giornale intende sollecitare la sinistra italiana ad attività di mobilitazione che possano anche coinvolgere i profughi politici presenti nel Paese. Dallo spoglio del giornale emerge una particolare attenzione nei confronti dei profughi provenienti dalla Cecoslovacchia dopo l'intervento dell'Armata Rossa dell'agosto 1968 e di quelli

provenienti dal Cile dopo il colpo di Stato militare del settembre 1973. Nel caso dei primi, il giornale evidenzia la presenza degli stessi quali vittime della soggezione imposta ai suoi Paesi satellite dall'Unione Sovietica; nel caso dei secondi, i profughi sono soprattutto i diretti testimoni del drammatico epilogo del governo guidato da Salvador Allende e dalla piattaforma politica Unidad Popular. Oltre a un quotidiano resoconto di quanto accadde in conseguenza del colpo di Stato organizzato da Augusto Pinochet e a un costante aggiornamento sulla condizione degli oppositori politici cileni rifugiatisi nelle ambasciate – tra cui quella italiana – e la loro effettiva possibilità di espatrio, il quotidiano comunista si sofferma sovente sulle manifestazioni di protesta organizzate in Italia e all'estero. Interessante inoltre il resoconto di quanto la giunta militare fece contro i circa 13.000 rifugiati politici sudamericani presenti in Cile, in particolare boliviani, uruguayiani, brasiliani, argentini, paraguayiani, messicani e peruviani: molti di essi furono uccisi nel famigerato stadio Nacional, altri detenuti illegalmente e sottoposti a torture e uccisioni, altri ancora riconsegnati dalla giunta cilena nelle mani delle dittature dalle quali erano fuggiti.

Da ultimo, *il manifesto* analizza in più occasioni la situazione politica, sociale ed economica cilena mettendola a confronto con quella italiana, svolgendo così una serie di parallelismi con l'esplicita intenzione di attribuire al Partito italiano della Democrazia cristiana una vicinanza politica e ideale – e quindi una correttezza – con il Partito democratico cristiano cileno e con la Odea (Organizzazione democratica cristiana d'America), che si espressero favorevolmente nei confronti delle forze golpiste, ritenendole un espediente transitorio per salvare il Paese da una deriva socialista.

Lotta Continua. Ciò che emerge dallo spoglio di *Lotta Continua*, visto il suo carattere spiccatamente “militante”, è la grande attenzione prestata non solo alle questioni riguardanti la politica nazionale, ma anche alle dinamiche del panorama politico internazionale legate ai regimi di destra reazionari – definiti senza mezzi termini «fascisti» – d'Europa ed extraeuropei, soprattutto dell'America latina. Su *Lotta Continua* si parla degli stranieri che si trovano in Italia per motivi politici – sia in qualità di rifugiati sia di semplici oppositori di passaggio nel Paese: nella selezione sono state prese in considerazione entrambe le categorie – in articoli di approfondimento, di cronaca, nonché in particolari bollettini che illustrano al lettore il panorama delle manifestazioni e degli eventi (conferenze, dibattiti, spettacoli, concerti, proiezioni cinematografiche, non di rado organizzati dai Circoli Ottobre) legati alla militanza della sinistra radicale. Emerge anche la costante attenzione nei confronti degli studenti stranieri presenti presso gli atenei italiani, soprattutto presso l'Università di Roma e quella di Firenze, e facenti parte di associazioni. Infine, se da un lato *Lotta Continua* dedica grande spazio agli stranieri provenienti da Paesi in cui sono al potere regimi di destra, dall'altro, circa il periodo 1969-1974, è inesistente quello riservato a rifugiati provenienti da Paesi del Blocco orientale.

Maria Canella

[Il lavoro è stato realizzato da un gruppo di ricerca afferente al Dipartimento di Studi storici dell'Università degli Studi di Milano composto da Daniela Saresella (responsabile), Giulia Lami, Patrizia Audenino, Maria Canella, Paolo Zanini, Giulia Bassi, Fabio Guidali, Giovanni Moretto, Stefano Morosini e Jacopo Perazzoli].

QUANDO GUGLIELMO GIANNINI FECE TREMARE
I PARTITI RINATI DOPO LA DITTATURA

STORIA DI UNO QUALUNQUE

NEL RICORDO DELLA NIPOTE, L'AVVENTURA UMANA
E POLITICA DELLO SCRITTORE FINITO QUASI PER CASO
AL CENTRO DELL'ATTENZIONE NAZIONALE. IL SUO
SETTIMANALE ARRIVÒ, IN UN ANNO, A 800MILA COPIE

di SABINA CIUFFINI

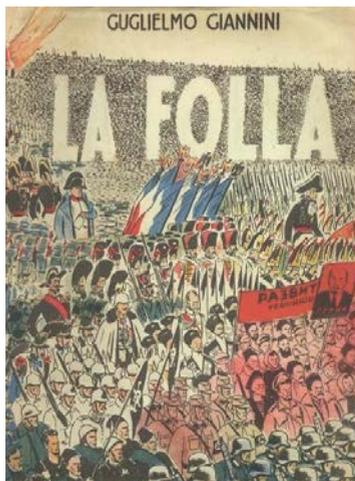


UNO SCOSSONE ALLA POLITICA

Qui a fianco, Guglielmo Giannini mentre legge
L'Uomo Qualunque. Sopra,
la prima pagina del 18 agosto 1945.

Qui sotto: la copertina del volume di Guglielmo Giannini *La folla. Semila anni di lotta contro la tirannide* (1945); la locandina del film *Grattacieli* del 1943, diretto da Giannini, un giallo d'ambientazione americana dai toni gangsteristici con una venatura di commedia.

Il dizionario, a proposito della parola qualunquista, dice: «Chi professa indifferenza o disprezzo nei confronti degli impegni e dei problemi del momento, specialmente politici e sociali...».



Tutto nacque da un giornale. Guglielmo Giannini, mio nonno, non trascurabile autore di teatro, verso la fine della Seconda guerra mondiale pensò di far uscire un settimanale di attualità e lo intitolò *L'Uomo Qualunque*. Il nonno editava, dirigeva e scriveva quasi completamente da solo le quattro pagine dell'*Uomo Qualunque*, stampato con formato e caratteri da quotidiano. Il primo numero uscì la mattina del 27 dicembre 1944 dalla tipografia di Via del Grottino a Roma. «Questo giornale non è organo di nessun partito», scriveva Guglielmo Giannini in quel numero inaugurale e così proseguiva, da editore e compilatore: «Non esistono partiti ma solo programmi e in teoria non c'è che l'imbarazzo della scelta del più virtuoso fra tutti. In pratica assistiamo all'arrivismo spudorato e alla rissa feroce per conquistare i posti di comando, per fare il proprio comodo e i propri affari [...]. Il fascismo, che ci ha oppresso per ventidue anni, era gestito da una



minoranza. Lo abbiamo combattuto con la resistenza passiva, lo abbiamo logorato e alla fine è andato in pezzi al primo vero colpo inferto dagli anglo-americani. Nessuno ora vuole riconoscere quanto ha voluto e saputo fare l'uomo qualunque rimasto sotto il concreto giogo della tirannide fascista. A lui dedico questo nuovo giornale». Sulla prima pagina di quel primo numero, che nei mesi successivi sarebbe arrivato a vendere 850.000 copie a settimana con travolgente successo, c'era un'Italia turrata e munita di scopa

A CACCIA DI VOTI CON UN FURGONCINO

Nella pagina a fianco, Guglielmo Giannini durante un comizio in Piazza del Plebiscito a Napoli, l'11 aprile 1948. Qui sotto, *L'Uomo Qualunque*, n. 8, febbraio 1946.

GIORNALI CHE HANNO "SCOSSO" L'ITALIA

intenta a fare pulizia, mentre nella testata esordiva l'omino schiacciato dal torchio, pura poesia grafica. Al centro della pagina, il battesimo dell'uomo qualunque: «Io – scriveva il nonno – sono quello che quando assassinarono Matteotti disse: questa è un'infamia.

Io sono quello che spesso volte si chiese: ma che fa il Re?

Io sono quello che quando incominciò la guerra in Spagna dissi: oh Dio santo!

Io sono quello che quando finì la guerra in Spagna dissi: meno male, possiamo metterci a lavorare.

Io sono quello che la notte del 4 giugno del 1944 uscì di casa, infischandosi del coprifuoco, impazzendo di entusiasmo.

Io sono quello che incontrando un ex gerarca chiesi – com'è che adesso fai l'epuratore?

Io sono quello che ha fatto la fila per l'acqua, Io sono quello che porta il lutto.

Io sono quello che non crede più a niente e a nessuno, Io sono l'Uomo Qualunque».

Il 2 giugno 1946 il movimento dell'Uomo Qualunque, nato da un giornaleto di quattro pagine, portò 32 deputati alla Costituente, collocandosi al quinto posto su scala nazionale.

Il 10 novembre 1946 alle elezioni amministrative si presentò come il gruppo più forte nelle città meridionali, ottenendo un significativo successo anche a Roma.

Fu l'inizio di un'avventura spesso dolorosa dove il nonno, privo di particolari talenti politici, pagò un altissimo prezzo che malgrado la sua fervida

immaginazione di scrittore non aveva saputo immaginare.

Fu una lunga parabola discendente dal Quarantanove in poi, documentata dalle fotografie delle riunioni che Guglielmo Giannini teneva nel suo studio invitando tutte le parti politiche. C'era Alcide De Gasperi, c'era Palmiro Togliatti e anche un giovanissimo Giulio Andreotti che faceva la corte a mia madre; ce ne erano altri ancora a cui pensava di poter offrire l'occasione di un ragionevole accordo.

In effetti l'accordo lo trovarono ma solo per cancellare il nonno dalla scena politica, infamarlo e infine annientarlo con la criminalizzazione del qualunque.

Le ideologie contrapposte lo schiacciarono come una noce ma l'uomo e l'artista sopravvissero.

In realtà il motivo per cui Guglielmo Giannini decise di dedicarsi all'impegno pubblico fu il dolore per la morte del figlio Mario, aviatore di ventun anni rimasto ucciso in guerra. Guglielmo cercava di esorcizzare il dolore mettendolo per

iscritto... Componeva con rabbia le sue celeberrime *Vespe*, brevi e pungenti note, e i suoi lettori lo vivevano come un vendicatore insofferente e sanguigno ma sempre ironico e onesto fino all'autolesionismo.

Era il 1944, in una mattina di autunno una fila rassegnata di vecchi, donne e bambini con in mano i recipienti più diversi, attendeva davanti a una fontana. Cittadini qualunque, costretti ancora una volta a piegare la loro esistenza allo schiacciante potere della politica e delle ideologie contrappo-



ste. Gente comune travolta dalle lotte politiche dei partiti in guerra tra loro e sostanzialmente disinteressati ad assicurare uno stato amministrativo efficiente.

Guglielmo Giannini con il suo giornale raccolse una valanga di consensi e si fece dei nemici mortali. Le ottantamila copie del primo numero si decuplicarono in poco più di dieci mesi e il controverso editore scagliò contro i partiti occupati, secondo il suo giudizio e la sua diretta esperienza, in prepotenze e vendette personali, tutta la violenza irridente della prosa politica dell'uomo qualunque che, esasperato, chiedeva di essere amministrato secondo coscienza.

Nella sua dimensione privata nonno era stato soprattutto un artista, per questo forse la politica lo liquidò come "Il commediografo".

A questo proposito, emblematica fu la sua campagna elettorale, documentata da un incredibile filmato conservato nelle Teche Rai: Guglielmo alla guida di un furgoncino che, in compagnia di un tecnico e di un facchino, gira l'Italia da nord a sud.

In ogni piazza, dopo aver radunato la popolazione del quartiere col suo eloquio amplificato da un megafono, apriva un grande schermo, montato e smontato ogni volta, e proiettava immagini degli avversari politici, parabole e spezzoni di film mescolati ai suoi discorsi elettorali. La televisione ancora non esisteva e nelle immagini delle Teche ho potuto notare lo straordinario divertimento che mio nonno dimostrava apertamente nell'allestire lo spettacolo. Allora era alto, biondo e molto entusiasta dell'avventura.

Fu un successo, lo votarono in molti e lui continuò a guidare con energia morale e inventiva politica il suo settimanale che per almeno cinque



anni fu protagonista indiscusso della vita politica e sociale italiana.

Il giornalista Giannini intendeva contrapporre al caos ideologico del tempo, un'Italia che chiedeva solo buona politica dopo tanti disastri. «Per far questo – scriveva – non occorrono né Bonomi né Croce, né Selvaggi né Nenni, né il pio Togliatti né l'accorto De Gasperi. Ci serve un buon ragioniere che entri in carica il primo di gennaio e se ne vada il trentuno di dicembre e che non sia rieleggibile per nessuna ragione».

Servendosi dell'Uomo Qualunque, nonno Gu-

glielmo intendeva promuovere uno scontro frontale con il sistema dei partiti. Non fu uno scherzo. Non fu capito o forse fu capito troppo. Nel 1948 cominciò il suo declino politico. La morte lo colse nel 1960 e dicono che fosse stanco e solo. Ma non era solo, c'ero io con lui e un'intera grande famiglia che continuava a mantenere e a supportare con la sola forza della sua penna.

Ci riunivamo nella sua grande casa di Largo Argentina a Roma tutti i sabati all'ora del pranzo. Per qualche ragione che ora non so spiegarmi, in quegli anni i pomeriggi del sabato li trascorrevamo con lui nello studio, dove scriveva le commedie

e le storie gialle che venivano rappresentate nei teatri e nella nascente televisione. Scriveva e parlava ad alta voce e presto partecipai alla stesura dei dialoghi.

«Prossima battuta», diceva lui e io proponevo qualcosa, affascinata dalla facilità con cui le semplici trame evolvevano in un inaspettato finale. Dai sei anni in poi andavo a tutte le prime, seduta su velluti rossi ritrovavo le battute scritte al sabato e i loro personaggi.

Ne ricordo uno in particolare, il protagonista dello *Schiavo impazzito*, una specie di Fracchia *ante litteram*, le cui vicende mi commuovevano perché la lezione era sempre la stessa: il riscatto del più debole. Ancora adesso qualche illustre contemporaneo condanna senza appello la straordinaria performance dell'Uomo Qualunque vittima della guerra di Mussolini e del ricatto della storia.

Carlo Galli nel 2011 scrive: «L'Uomo Qualunque non è un cittadino democratico che rivendica dei diritti, ma un piccolo borghese spaesato e superficiale, ignaro che i suoi interessi possono esistere solo all'interno di quel contesto politico universale e complesso che egli teme e rifiuta, ma non sa criticare veramente. Oltre a essere senza potere (e preda di ogni potere) l'Uomo Qualunque è, così, un uomo senza discernimento. Un uomo senza qualità».

Ancora pochi anni fa il presidente emerito Giorgio Napolitano mi fece sobbalzare sulla sedia dichiarando in diretta TV che non si doveva prendere esempio da gente come Guglielmo Giannini, l'Uomo Qualunque...

Il presidente fece nome e cognome e io presi la penna scrivendogli una lettera: «Giù le mani da mio nonno», che poi il *Fatto Quotidiano* pubbli-



Nella pagina a fianco, la copertina della rivista cinematografica *Kines*, di cui Giannini è stato fondatore e direttore per oltre un decennio; nel solo periodo 1929-32 furono pubblicati 163 numeri. Qui sotto, due immagini di vita quotidiana.

cò. Fui invitata per quella lettera da Vespa e successe un pandemonio quando Giuliano Ferrara parlò del familismo amorale degli italiani, e per la prima volta mi trovai a difendere appassionatamente e pubblicamente mio nonno e il suo Uomo Qualunque spezzando la tradizione di riservato pudore seguita da sempre in famiglia. Una famiglia, la mia, composta da persone dotate e spesso affettuose ma divise da opposte opinioni politiche, radicalmente a destra o a sinistra, quando ancora usava così.

I miei parenti, sia pure per motivi diversi, si sono spesso vergognati del nonno.

La testata dell' *Uomo Qualunque* è andata perduta e così pure la misura umana e artistica del suo mandato politico.

“Qualunquista” è stato l'insulto più sanguinoso, negli ultimi decenni, dopo “fascista” e “comunista” e, a ben guardare, è questo l'indizio più significativo della vitale importanza della posizione storico-letteraria assunta da Guglielmo Giannini, nel momento giusto e per le giuste ragioni.

Chi può negare, sopravvissuto al secolo scorso, che l'intera razza umana, dotata di talento e priva di potere, non controlli in alcun modo il suo destino?

Tra guerre che si moltiplicano, interessi illeciti e un potere economico ipertrofico e demoniaco è proprio il destino del singolo e della sua famiglia allargata a essere senza difesa. Ci sarà sempre



qualcuno pronto a prendere la penna e ad aprire il computer, ci sarà sempre qualcuno disposto a prendere la parola e ad assumersi il rischio, qualcuno convinto dell'urgenza di creare alternative e antidoti quando tutto è perduto, con la forza del testo.

Sabina Ciuffini

UN FOGLIO RADICALE

A fianco, la prima pagina de *Il Secolo* che annuncia la morte di Giuseppe Garibaldi avvenuta il 2 giugno 1882.

IL GIORNALE CHE ISPIRÒ MILANO

DALLA FLORIDA, UN ARCHIVIO DIGITALE
PER IL QUOTIDIANO OTTOCENTESCO

IL SECOLO TORNA ALLA LUCE

ARRIVÒ A VENDERE 200MILA COPIE. DOPO MOMENTI
EPICI, VENNE DIMENTICATO ANCHE DAGLI STUDIOSI

di SILVIA VALISA

L'Ottocento italiano dei periodici post-unificazione è caratterizzato da due dimensioni fondamentali: da un lato i giornali nazionali iniziano ad esercitare una funzione di controllo del potere politico, contribuendo a creare un'opinione pubblica nazionale, come non era stato possibile nella frammentazione politica precedente; dall'altro emerge in alcuni di questi un impegno all'accessibilità, cioè un impegno ideologico, ma anche materiale, a rendere il periodico il più economico e leggibile possibile. Un esempio fondamentale di queste nuove modalità dell'informazione è il quotidiano milanese *Il Secolo*.

Nell'unico libro dedicato alla sua storia (*Il Secolo 1865-1923. Storia di due generazioni della democrazia lombarda*, 1980), Laura Barile lo descrive come «una vera e propria istituzione milanese» intorno alla quale gravitano le molte altre iniziative dell'editore-imprenditore-impresario Sonzogno, «dalla vastissima produzione editoriale (le famose

Biblioteche del Popolo) all'appalto dei teatri d'opera per il lancio dei nuovi autori di melodrammi (Mascagni), alla creazione del teatro lirico di Milano, alla distribuzione di doni e cibo nelle lotterie dei grandi Alberi di Natale del *Secolo* illuminati nelle buie piazze cittadine, alla creazione di Asili Notturni». Già negli anni Settanta dell'Ottocento, *Il Secolo* era il quotidiano nazionale più diffuso, raggiungendo tirature di oltre 200.000 esemplari negli ultimi due decenni. Nonostante la sua importanza come fonte storica, e come modello del giornalismo italiano moderno, *Il Secolo* non gode della visibilità che merita, o meglio non ha avuto la fortuna di restare "accessibile" al proprio potenziale pubblico quanto lo fu durante i suoi sessant'anni di esistenza: fino a poco tempo fa era consultabile solo in alcune biblioteche italiane, e solo a partire dalla versione microfilmata negli anni Settanta del Novecento, essendo ormai il supporto cartaceo originale troppo fragile per essere consultato direttamente.

Per ovviare all'oblio storico e alla difficile reperibi-

lità del quotidiano, il mio gruppo di lavoro, basato alla Florida State University, in collaborazione con la Biblioteca Nazionale Braidense di Milano, ha promosso la creazione di un archivio digitale del *Secolo*. Il progetto, lanciato nel 2013, dopo una prima fase-campione completata nel 2016 (9 mesi dell'annata 1885), ha messo in Rete alla fine del 2018 diciassette anni del giornale (1866-1882), e renderà accessibile l'intero corpus del giornale entro il 2021, digitalizzato a partire dall'originale cartaceo. La *homepage* del sito (<http://ilsecolo.lib.fsu.edu/>) introduce il progetto e facilita la ricerca nell'archivio vero e proprio, ospitato all'interno di DigiNole, il repository digitale adottato dallo Stato della Florida. La modalità di consultazione, semplice e diretta, non si discosta molto da quella di un giornale a stampa in una tradizionale emeroteca: ogni numero è visibile e zoomabile in alta definizione, ogni pagina consultabile individualmente oppure insieme alle altre che compongono il numero. Le immagini sono anche accessibili in formato OCR (la cui qualità migliorerà sostanzialmente nei prossimi due anni, grazie ad aggiornamenti di *software*), cioè in un formato che consente di condurre ricerche lessicali e tematiche nell'intera serie.

Il vantaggio di questa proposta digitale è di mettere a disposizione di chiunque abbia accesso a Internet una risorsa fondamentale per l'Ottocento italiano ed europeo. Se da un lato questo progetto consente ricerche specifiche alla testata, dall'altro invita a partecipare a una più ampia riflessione sull'intersezione di oggetti storici, fruibilità tecnologica e tipologie di accesso. Come ha scritto Alan Liu nel 2008, *«the boundary between codex-based literature and digital information has now been so breached by shared technological, communicational, and computational*



protocols that we might best think in terms of an encounter rather than a border». È questa nozione di incontro, e non confine, che mi preme sottolineare nel momento in cui *Il Secolo* torna ad essere disponibile a tutti. L'accessibilità era uno dei pilastri della politica culturale del *Secolo*, non solo in senso commerciale, ma anche ideologico, in connessione alla fede democratica dei Fratelli Sonzogno, Edoardo (1836-1920) e Raffaele (1829-1875), che consideravano la stampa un essenziale strumento di modernizzazione e miglioramento della condizione dei cittadini italiani. I Sonzogno erano altamente consci dell'importanza di proporre materiale accessibile a lettori e lettrici, sia dal punto di vista tematico e formale che da quello prettamente logistico: tra i punti di forza del *Secolo* c'erano sia uno stile giornalistico più facile, sia un'efficace rete di distribuzione e circolazione. Secondo alcune fonti la figura stessa dell'edicolante, cioè del venditore di giornali

nei chioschi che sorsero dappertutto lungo la Penisola negli anni Settanta e Ottanta dell'Ottocento, era chiamata "il secolista" proprio in virtù dell'associazione diretta che venne a crearsi tra il loro ruolo e l'ubiquità del giornale milanese.

Il progetto digitale è sostenuto da simili ambizioni: favorire una fruizione democratica e immediata del sapere da parte di più utenti possibile. A questo riguardo, i risultati preliminari sono molto positivi: dai dati di consultazione sappiamo che da dicembre 2018 a febbraio 2020 abbiamo avuto la consultazione di più di 22.000 pagine. La disponibilità della piattaforma digitale permette alle ricercatrici, per esempio, di consultare intere annate del quotidiano e di verificare cambiamenti editoriali e di formato nel corso dei decenni; o, per fare un esempio legato alla disponibilità di risorse digitali in questo momento, di confrontare la copertura di eventi specifici da parte del *Secolo* con uno degli altri giornali nati nell'Ottocento, *La Stampa* – l'unico altro quotidiano nazionale dell'epoca oggi accessibile gratis online. Insieme al riconoscimento della continuità ideologica tra due epoche e tra tecnologie di produzione e di distribuzione diverse, è importante mettere in evidenza la dimensione costruttiva dell'archivio elettronico: l'umanistica digitale propone modalità di conservazione e di interazione testuale che si allontanano dalla dimensione materiale del supporto cartaceo. Si tratta di una questione fondamentale per la ricerca storica, in particolare dell'Ottocento: nel caso de *Il Secolo* e di risorse periodiche dello stesso periodo, è necessario intervenire e operare questa transizione ora, quando l'originale è ancora in condizioni tali da essere duplicato. Mi riferisco sia a una dimensione puramente materiale, nel senso che il supporto su cui le riviste e le produzioni editoriali di largo consumo vengono pubblicate a partire dall'U-

nificazione è di scarsa qualità, molto meno durevole dei materiali utilizzati in precedenza. Ma mi riferisco anche a una dimensione culturale: come ha scritto Mario Infelise a proposito dei libri a grande circolazione, «È noto il paradosso secondo cui i veri libri rari non sono quelli che vengono salvaguardati come tali nei nostri istituti di conservazione, bensì i prodotti a destinazione popolare». Sono i prodotti di grande consumo, concepiti per durare poco tempo, che diventano le vittime numericamente più rilevanti della selettività delle politiche di conservazione.

L'umanistica digitale può quindi offrire nuovi criteri di conservazione, e nuove tipologie di accesso e di fruizione, quando l'operazione di recupero vada di pari passo alla ri-negoziazione delle gerarchie culturali, cioè quando lo sforzo di digitalizzazione venga anche applicato a risorse storicamente meno conosciute e meno accessibili, contribuendo a democratizzare le fonti. Rimandando a un mio più ampio contributo su questo tema di prossima pubblicazione, invito lettrici e lettori a consultare il progetto *Il Secolo* e a curiosare nella vita degli italiani di fine Ottocento – dalle loro riflessioni politiche alla cronaca cittadina, dai reportage anti-coloniali ai *feuilleton* di Xavier de Montépin –, e di scoprire direttamente quanto poco siamo cambiati nella nostra relazione con il mondo che ci circonda.

Silvia Valisa (Florida State University)

[I miei ringraziamenti vanno a Tiziana Mazzali, direttrice della Mediateca Santa Teresa, e Roberto Gollo, punto di riferimento per le consultazioni in loco, insieme alla direttrice della Biblioteca Nazionale Braidense, Maria Goffredo, che ha consentito l'accesso agli originali cartacei per la scansione. Ringrazio Alessandro Amodio, della ditta Opencod, che ha gestito il trasferimento in digitale e coordinato le fasi del progetto in Italia, e le mie colleghe qui in Florida, Sarah Stanley (bibliotecaria digitale) e Krystal Thomas (archivista digitale), che hanno gestito la dimensione tecnologica con grande attenzione].



Lettura

LIBRI & PERIODICI, DEL LORO PASSATO DEL LORO FUTURO



DUE "RAGAZZI" IRRIVERENTI

Nella pagina a fianco, la locandina del film *La donna della domenica*. Qui sotto, la copertina del libro *Il cretino in sintesi* con gli autori Carlo Fruttero e Franco Lucentini.

LA "DITTA" CULTURALE CHE SEGNÒ UN'EPOCA

FRUTTERO & LUCENTINI, MAESTRI DI EDITORIA
E ANTROPOLOGI DEI VIZI NAZIONALI

ANATOMIA DEL CRETINO

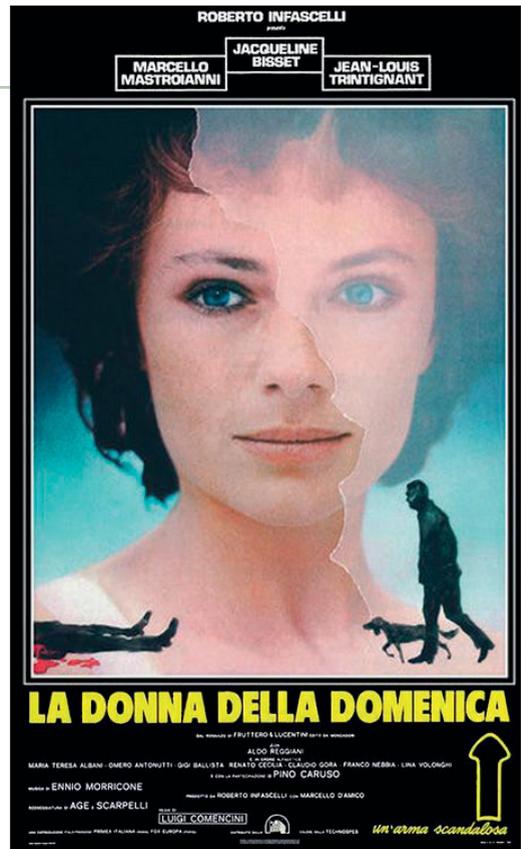
RACCONTARONO (PRIMA DELL'AVVENTO DEI SOCIAL)
LA CADUTA DEL PUDORE CHE UN TEMPO L'UOMO
PROVAVA PER LA PROPRIA STUPIDITÀ. QUELLO CHE
È ACCADUTO COME CONSEGUENZA OGGI È EVIDENTE

di CARLO ALBERTO BRIOSCHI



«**L**o e Franco siamo come Rimbaud, una sola anima di poeta, con questo piccolo problema tecnico di essere in due». Carlo Fruttero non abbandonava l'ironia nemmeno quando parlava – seriamente – del sodalizio letterario che lo legava a Franco Lucentini: «Non c'è scrittore che non vorrebbe essere al nostro posto: perché possiamo dirci esplicitamente quello che gli altri sono costretti a pensare tra sé e sé».

“La ditta” di F&L ha segnato un'epoca dell'editoria italiana: i due soci sono stati scrittori di successo, editorialisti di costume per quotidiani, collaboratori di riviste letterarie, autori di radio-drammi e cronache satiriche, hanno condotto trasmissioni televisive (con titoli naturalmente paradossali come *L'arte di non leggere*) e hanno militato soprattutto a lungo all'interno di alcune grandi case editrici italiane, come redattori, traduttori di Borges e Beckett, come *editor*, direttori di collane (per un ventennio alla guida di “Urania”), coltivando anche generi ritenuti un tempo “minori” come la fantascienza o la narrativa per ragazzi. Un grande e originale lavoro culturale di cui si ritrovano tracce abbondanti nel meridiano *Opere di bottega*, o nel manuale involontario *I ferri del mestiere* curato da Domenico Scarpa. Come in ogni coppia affiatata le diversità superavano di gran lunga i tratti comuni: «Se Lucentini farfugliava con voce da basso, Fruttero parlava con il tipico falsetto piemontese», come ha scritto Pietro Citati, «se Lucentini leggeva l'*Iliade* e la *Bibbia* e i *Nibelunghi* e il *Don Chisciotte* e l'*Eugenio Onegin* e le saghe islandesi nel testo originale, Fruttero li leggeva in traduzione: se Lucentini si era laureato con 110 e lode, Fruttero



non fece nemmeno un esame universitario». Quando passarono da Einaudi a Mondadori, Italo Calvino scrisse di Fruttero: «Uno dei nasi più fini e meno indulgenti dell'editoria italiana, ora ahimè convertitosi, per scettico snobismo, alla cultura di massa». Di chi fosse davvero lo snobismo è discutibile ma sicuramente Fruttero e Lucentini dalla cultura di massa erano attratti, perché curiosi, fuori dai canoni e lontani da ogni forma di elitarismo. È così in fondo che sono diventati studiosi raffinati e implacabili dell'italianità, antropologi emeriti dei vizi del Paese che hanno raccontato anzitutto con l'arma della satira, anticipando di fatto comportamenti ed ecces-

LA "DITTA" CULTURALE CHE SEGNO' UN'EPOCA

si oggi arrivati a livelli di guardia a partire dall'irrefrenabile impulso all'esibizione della stupidità che nell'era dei *social network* è diventata ormai la regola più che l'eccezione. Perché, come scrivevano profeticamente, «fra i tanti pudori che negli ultimi anni sono venuti a cadere in favore di belle franchezze gluteomammarie, ciclosanitarie, ascellari, intestinali, sessuali, psicotrivellanti e lagnonarcisistiche, bisogna mettere anche il pudore che un tempo l'uomo provava nei riguardi della propria stupidità». Alla scomparsa di questo pudore F&L dedicarono *Il cretino in sintesi*, trattato definitivo su una delle figure dominanti della nostra società, nonché quarto volume antologico di una serie fortunata iniziata nel 1985 con *La prevalenza del cretino*, continuata poi con *La manutenzione del sorriso* e con *Il ritorno del cretino*.

La raffinatezza letteraria di quella guida all'idiozia del genere umano va di pari passo con la comicità irresistibile che diventa tragedia attraverso una storia del costume implacabilmente mordace: se Vico diceva che la madre dei cretini è sempre incinta, gli autori ne trovano testimonianza continua nella storia antica e recente, parodiando l'accaduto o limitandosi a ricreare dialoghi di inarrivabile scemenza ascoltati forse dalla propizia postazione di una panchina torinese.

Inutile stupirsi dell'attualità che buona parte del "trattato" continua ad avere. Basta leggersi il dizionario di politica riportato alla fine del libro: dove dall'*interim* ai ribaltoni e all'Antitrust nul-

la sembra cambiato nell'arte del governo, e dell'obbrobriosa assurdità del gergo che vi impera. In qualche impietoso ritratto di personaggi del passato si può tranquillamente riconoscere qualche cretino contemporaneo assunto a protagonista della vita pubblica, perché – come è scientificamente dimostrato – la stupidità cresce man mano che si sale nella gerarchia sociale, che si arriva a una poltrona di rilievo e ci si occupa di questioni di vita o di morte in modo non poi molto differente da come si parla del tempo e della fine delle mezze stagioni. Del resto, come si legge in una chiosa della fatica enciclopedica, «la forza vincente del cretino sta nel fatto di non sapere di essere tale, di non vedersi né mai dubitare di sé. Colpito dalle lance nostre o dei pochi altri ostinati partecipanti alla giostra, non cadrà mai dal palo, girerà su se stesso all'infinito svelando per un istante rotatorio il ghigno del delirio».



F&L smontano metodicamente il castello dei luoghi comuni costruito meticolosamente dalle folle di emuli di Bouvard e Pécuchet, gli "eroi" di Flaubert, picconano il muro degli idoli intoccabili del politicamente corretto, mostrando come solo l'ironia possa in fondo alleviare le ferite di un flagello che appare inevitabile. Un metodo scettico che ritroviamo in altre scorribande umoristiche dei due autori che hanno "celebrato" l'idiozia nazionale come *Il significato dell'esistenza*, romanzo d'appendice pubblicato sul *Giornale* nel 1974 e destinato a insinuare dubbi universali tra i lettori di ogni fede politica, reli-

Nella pagina a fianco, la copertina del libro *Il significato dell'esistenza*. Qui sotto un'immagine che rappresenta il classico atteggiamento del cretino: segare il ramo su cui è seduto.

giosa o calcistica. Ma cosa spinse F&L, reduci allora dal grande successo editoriale de *La donna della domenica*, a mettersi sulle tracce della bistrattata e negletta Verità? Tutto nacque, come ricorda nel prologo la coppia torinese, da una proposta di Indro Montanelli che li convocò e propose loro un viaggio in Grecia e un reportage turistico-classicggiante, destinato ad apparire a puntate sulle colonne del neonato quotidiano.

Ai nostri bastò un rapido consulto per rilanciare la posta: sarebbero partiti, sì, ma con l'ambizione di svelare nientemeno che il mistero dell'esistenza. «Trovatemelo e portatemelo qui», intimò il direttore. E così l'epica impresa ebbe inizio. Non senza ostacoli naturalmente: il senso della vita è materia scottante. Tanto che nella vicenda entrano in gioco un ente per la ricerca filosofica con diciottomila dipendenti, mentre la Fiat decide di mettere in busta paga un'indennità metafisica e i comunisti chiedono di sottrarre all'iniziativa privata l'esclusiva della manovra speculativa sul destino. Per assicurarsi l'alta posta in palio scendono in campo Cefis e Fanfani. Ma nemmeno l'offerta di un sostanzioso pacchetto d'azioni della Standard Oil Company riuscirà a distrarre l'incorruttibile coppia dalla caccia all'inconoscibile.

Segue così un lungo viaggio a bordo dell'Orient Express, foriero d'incontri indimenticabili: un pastore anglicano con un'irresistibile attrazione per i capistazione, il corrispondente filosofico del *Times* (noto per aver sventato un vergognoso traf-



fico di monadi leibniziane) e una misteriosa quanto splendida signorina, originaria di Zandobbio, in provincia di Bergamo. A Micene ecco i primi indizi: «Vasti giacimenti di fato, di una densità da tagliarsi col coltello». Ma la tappa decisiva è Delfi, l'antica città dell'oracolo che l'era del turismo di massa ha trasformato nel frattempo in un'invereconda fiera del vaticinio, popolata di maghi, chioschi del tarocco o dei fondi di caffè e distributori automatici di sentenze profetiche. Ma l'accesso all'oracolo della Pizia è sbarrato per «Lavori in corso». Rusciranno gli intrepidi inviati a portare a casa lo *scoop* del secolo, l'intervista con la Sibilla, dea della saggezza?

Quel libro racconta gli italiani di ieri e di oggi molto più di corposi studi sociologici così come *L'Italia sotto il tallone di Fruttero e Lucentini*, romanzo fantapolitico sulle gesta autobiografiche dei due letterati che dalla Libia di Gheddafi marciano su Roma per prendere il potere in una sorta di parodia del fascismo. Un monito "ilarotragico" per l'oggi quanto la diagnosi della stupidità imperante. Perché, la storia insegna, non si dà regime senza l'aiuto di una buona dose di cretini in circolazione.

Carlo Alberto Brioschi

IL VARIEGATO PANORAMA
DEI MICRO-FESTIVAL

LETTORE, TI COINVOLGERÒ

NEL PAESE DELLE MILLE FIERE, LA NUOVA FRONTIERA È RAPPRESENTATA DALL'INIZIATIVA DI PICCOLI CENTRI CHE MIRANO A COINVOLGERE I LORO ABITANTI O APPASSIONATI "TURISTI DI NICCHIA"

di GIULIA ALONZO

EDITORIA INDIPENDENTE

Un momento del festival *Elba Book* con il manifesto che lo promuove. Nella pagina accanto, *La luna e i calanchi* ad Aliano.



Primo pomeriggio di agosto. Capita che per amore della cultura ci si ritrovi in una foresta di castagni nel bel mezzo dell'Appennino Tosco-Emiliano a percorrere a tappe una parte della Linea Gotica e a ogni fermata sentire declamare un giovane poeta, per collegare la guerra e i conflitti interiori che ogni individuo vive dopo l'adolescenza. Non è facile raggiungere *L'importanza di essere piccoli*, festival di poesia e musica nato nel 2011 da un'idea di Daria Balducelli e Azzurra D'Agostino dell'associazione SassiScritti, con *reading* e passeggiate per riappropriarsi di una dimensione di lentezza a contatto con la natura: diversi chilometri di tornanti dall'autostrada, in località che neanche il navigatore conosce, ma nonostante questo gli spettatori sono molti e, a parte qualche turista culturale capitato come noi per curiosità, gli altri sono abitanti del territorio.

Pomeriggio di luglio. Capita che per amore della cultura si lasci una spiaggia elbana per aspettare un autobus dalla frequenza incerta e salire la collina per raggiungere Rio nell'Elba e l'inaugurazione di una nuova stagione di *Elba Book*, il festival di editoria indipendente nato nel 2015 e organizzato dallo scrittore Marco Belli e dall'artista Andrea Lunghi, per un incontro sulle seconde generazioni tra letteratura e illustrazione. Anche qui, tranne alcuni turisti che hanno preferito coniugare un intermezzo culturale al soggiorno marittimo, molti gli isolani presenti.

Cos'hanno in comune *L'importanza di essere piccoli* ed *Elba Book*? Sono entrambi micro-festival, un trend che si sta diffondendo in tutta Europa – basti pensare che in Francia quasi il 40 per cento dei festival si definisce di piccole dimensioni –, ovvero *kermesse* con programmi alternativi rispet-



to ai calendari di festival e fiere tradizionali. Queste manifestazioni mirano a un rapporto diretto con i luoghi che le ospitano, solitamente lontani dal caos delle grandi città e delle località turistiche, alla ricerca di una autenticità che arricchisca e completi l'esperienza culturale. Un festival si definisce "micro" *in primis* per le dimensioni, che comprendono sia il numero ristretto di partecipanti sia il numero degli eventi in programma (anche se poi negli anni alcuni da micro sono diventati grandi, come il musicale *Ypsigrock* di Castelbuono); ma ciò che lo contraddistingue rispetto alle altre rassegne è spesso l'indipendenza, l'accessibilità economica e la formula innovativa di coinvolgimento degli artisti e del pubblico.

Alla ricerca di un'esperienza extraquotidiana
 Mattina in spiaggia, a pranzo nel ristorante tipico per assaggiare le specialità enogastronomiche locali, al pomeriggio una mostra e la sera uno spettacolo dal vivo, magari nella piazza del paese che incornicia l'evento. Questa potrebbe essere la giornata tipica di un turista postmoderno medio:

Nella pagina a fianco, un momento del festival *La luna e i calanchi* (fotografia di Giuseppe Formiglio). Qui sotto, gli organizzatori del *John Fante Festival* 2019 con l'attore e regista Yvan Attal (fotografia di Antonino Antrilli).

to e il fruitore il loro punto di forza. L'esperienza è arricchita dal piacere di trovare una comunità ospitale pronta ad accogliere, a raccontarsi e anche a mettersi in gioco. *La luna e i calanchi* abbandona le logiche del consumo culturale tradizionale, cercando la costruzione di una nuova comunità che sappia parlare e intrecciare arte, paesaggio e abitanti. Diretto dal poeta Franco Arminio, il *festival della paesologia* si svolge dal 2013 ad Aliano, il borgo sulla montagna materana famoso per aver ospitato il confino di Carlo Levi che lo definiva «cuore della nazione». In un suggestivo incontro tra natura e letteratura, si svolge in due momenti distinti, due «azioni» come viene spiegato sul sito web. La prima si chiama *Sette giorni ad Aliano*: sei artisti noti e sei artisti emergenti sono ospitati per una settimana, cosicché scrittori, fotografi, registi, pittori lavorano ad Aliano lasciando traccia del loro passaggio nel paese. La seconda azione prevede interventi artistici (musicali, letterari, cinematografici, teatrali...) uniti a interventi di carattere materiale sul paese e sul paesaggio. Come dichiarano gli organizzatori, *La luna e i calanchi* «è il tentativo di coniugare arte e ambiente in un connubio non asservito alle logiche del puro consumo culturale. L'idea è che le persone del paese e gli artisti invitati e i visitatori del festival costituiscano una comunità provvisoria capace di infondere fiducia nella vita dei piccoli paesi».

Festival e territorio

I micro-festival possono diventare megafono dell'identità del territorio, inteso nelle sue risorse naturali, strutturali e culturali. L'evento culturale diviene strumento di comunicazione e marketing in un progetto più ampio di promozione anche dal



punto di vista turistico. Monitorare l'impatto economico e sociale degli eventi culturali è uno degli obiettivi di molti studiosi in materia. Secondo le ricerche di Guido Guerzoni condotte nel 2008 su un campione di 27 festival culturali, l'impatto economico di un festival culturale sul suo territorio, tra effetti diretti, indiretti e di indotto, è pari a sette volte gli investimenti sostenuti per la realizzazione del festival stesso (G. Guerzoni, *Effettofestival 2008. L'impatto economico dei festival di approfondimento culturale*, La Spezia, Fondazione Carispe-Fondazione Eventi, 2008).

Con questa finalità era nata nel 2017 la *Strada degli Scrittori*. I rappresentanti della Giunta di Governo Siciliano si impegnavano, «attraverso i dipartimenti regionali, compatibilmente coi compiti di istituto, le norme di riferimento e le disponibilità finanziarie, a utilizzare e sensibilizzare la propria rete di intervento per la costituzione del percorso che coinvolgerà i siti archeologici, le cantine sociali e l'enogastronomia per la possibile istituzione di corsi per giovani, per evidenziare produzioni locali di diverso genere di particolare pregio, per i siti naturalistici e per l'accoglienza e

i servizi relativi». Con l'obiettivo di «coinvolgere le comunità locali, con le loro amministrazioni, le diverse associazioni di promozione che operano nel territorio, le filiere enogastronomiche, gli agriturismi, imprenditori, albergatori, ristoratori, teatri e scuole». Tanto che il presidente di ANAS Gianni Vittorio Armani nel febbraio 2016 ha ribattezzato ufficialmente la Strada Statale 640 "di Porto Empedocle" in *Strada degli Scrittori*. Peccato che questo festival itinerante alla scoperta dei luoghi dei grandi scrittori dell'isola come Camilleri, Sciascia, Pirandello, Rosso di San Secondo, Tomasi di Lampedusa, sia durato solo un anno, da maggio a giugno 2017. Rimane l'affascinante itinerario che un turista avventuroso può comunque decidere di intraprendere.

Segue una formula itinerante anche *Borgate dal Vivo*, festival letterario pensato nel 2016 dall'associazione Revejo in Val di Susa per «promuovere e valorizzare territori montani a rischio spopolamento, accendendo i riflettori su questa problematica attraverso l'organizzazione di eventi culturali». Nel 2019 il festival ha contato circa 50 appuntamenti itineranti – tutti sulle montagne tra Liguria, Piemonte, Lombardia e Valle d'Aosta – in poco meno di due mesi, in quelle zone periferiche troppo spesso abbandonate o considerate di serie B rispetto ai circuiti culturali delle aree metropolitane. Protagonisti sono i giovani che, magari dopo aver terminato gli studi nelle grandi città, tornano alle origini alla ricerca di nuove occasioni lavorative o di sensibilità e ascolto in terre che cercano alternative all'abbandono.



Più a sud, sulle montagne abruzzesi, a Torricella Peligna, si svolge dal 2006 il *John Fante Festival*, ispirato alle opere del narratore più maledetto d'America secondo Bukowski. Riscoprendo le origini del grande scrittore – con tanto di visi-

ta annuale della figlia – questo piccolo borgo sull'Appennino abruzzese in agosto diventa centro e fermento culturale e letterario. Ogni edizione è costruita intorno a un tema ispirato da un'opera di Fante, sottolineando l'attualità dei suoi lavori: nel 2019 l'attore e regista francese Yvan Attal ha presentato in anteprima nazionale il suo ultimo film *Mon chien Stupide*, ispirato all'omonimo racconto di Fante. Il festival, inoltre, indice ogni anno il Premio Letterario John Fante Opera Prima, per sostenere e valorizzare opere prime di narrativa, romanzi o raccolte di racconti, prendendo spunto dalle vicende di Arturo Bandini, l'alter ego romanzesco di John Fante che sognava di emergere grazie alla scrittura.

Ogni anno, dal 2011, a Ventotene si svolge invece *Gita al Faro*, festival letterario diretto da Loredana Lipperini, il cui titolo trae ispirazione dall'omonimo romanzo di Virginia Woolf. In quest'occasione,



Nella pagina a fianco, il manifesto di *L'importanza di essere piccoli*, edizione 2019, e, sotto, la *Strada degli Scrittori*. Qui sotto, un'altra immagine di *La luna e i calanchi* di Aliano.

alcuni scrittori si ritirano nell'isola per scrivere un racconto stimolato dalla suggestiva cornice che li accoglie. Natura e letteratura s'incontrano in un festival in cui, durante i fine settimana, il pubblico può assistere alle restituzioni degli inediti degli scrittori, in un rapporto di contatto ed estrema intimità. Come ha scritto Lidia Ravera, ideatrice dell'iniziativa letterario-promozionale: «Scrittrici e scrittori italiani confinati per alcuni giorni sull'isola di Ventotene, a scontare il loro privilegio: essere scrittrici, essere scrittori. Condannati a esercitare il dono supremo dello sguardo, quell'attenzione mirata che genera storie, quindi a scrivere un racconto ispirato all'isola o dall'isola e infine a sottoporlo al pubblico, in due serate di lettura, in un teatro affacciato sul mare e illuminato dalla luce intermittente del Faro».

Nell'ottica di una creazione sistemica di progetti e iniziative volti allo sviluppo culturale locale, oltre che a quello turistico, il festival si inserisce in un processo di costruzione comunitaria e di valorizzazione dell'identità del territorio. I micro-festival non vogliono essere *competitor* dei loro fratelli maggiori, i campionati sono differenti: i pubblici sono soprattutto locali, perché uno degli obiettivi di questi eventi è lo sviluppo culturale in location considerate periferiche, o addirittura marginali ed escluse da molte politiche sociali, caratterizzate per esempio dalla scarsità di collegamenti infrastrutturali o dalla mancanza di strutture culturali – molti di questi siti sono privi di cinema, teatri o biblioteche. Sono diversi i festival di piccole dimensioni che puntano alle nicchie di mercato, invece facilmente reperibili in metropoli come Milano, Roma e Napoli.

Però, in un costante doppio legame evento-territorio, nel momento in cui un micro-festival tende a



espandersi, è fondamentale che si fortifichi e si allarghi anche il rapporto con l'area geografica nella quale insiste, in un continuo scambio culturale per la creazione di un capitale cognitivo locale forte. Grazie alla sua dimensione informale e alla sua capacità di interazione con gli abitanti, il micro-festival rientra nella definizione di innovazione sociale data nelle linee programmatiche di *Europa 2020* della Commissione Europea (2010), ovvero «nuove idee che soddisfano le esigenze sociali, creando relazioni sociali e formando nuove collaborazioni», in un processo di cambiamento in grado di produrre «esiti desiderabili in termini di miglioramento della competitività economica, della sostenibilità ambientale e della solidarietà sociale». Il micro-festival può dunque avere un ruolo chiave in una politica culturale che valorizzi il territorio e le sue peculiarità: l'evento diventa un esperimento a cielo aperto, in cui il fruitore si sente parte di un cambiamento, una rinascita geografica, sociale e politica, a partire dalla cultura.

Giulia Alonzo

RICHIESTE DISPERATE

Nella pagina a fianco: lettera scritta da C. T., internata nel 1897 con la diagnosi di *lipemania con stupore*; lettera scritta da G. B., internata nel 1891 e nel 1903 con la diagnosi di *mania*; un'altra lettera scritta da C.T.

SCRITTURE "PARTICOLARI"

LA "VOCE" INASCOLTATA DELLE INTERNATE DI OLTRE UN SECOLO FA A CREMONA

LETTERE DAL MANICOMIO

SCRIVEVANO MISSIVE MAI RECAPITATE. PER QUESTO SI TROVANO ANCORA NELLE LORO CARTELLE CLINICHE. ERA IL LORO MODO PER "EVADERE" DA UNA CONDANNA DURA E INGIUSTA

di ILARIA FAZZINI

Nell'archivio del Manicomio di Cremona, nascoste per più di un secolo all'interno di cartelle cliniche ingiallite e impolverate, si trovano fonti uniche e preziose: le lettere scritte da quelle donne che la società definì "folli" e che vennero private della libertà perché considerate «pericolose a sé o agli altri o di scandalo alla pubblica morale» (*Regolamento pel ricovero dei dementi poveri*, in *Atti del Consiglio Provinciale di Cremona*, 1869, Allegato n. 7, *Rapporto e Regolamento presentati dalla apposita Commissione pel ricovero dei dementi poveri*, art. 1).

Questa corrispondenza, mai recapitata e per questo ancora oggi custodita all'interno dei fascicoli personali delle pazienti (con particolare riferimento agli anni 1868-1904, periodo da me preso in esa-

me), rappresenta la voce rimasta inascoltata di tante donne internate perché giudicate incapaci di uniformarsi al modello femminile imposto, perché considerate donne "troppo donne" come le *isteriche*, o donne "troppo poco donne" come le *madri snaturate*; e ancora, perché ritenute donne troppo loquaci o troppo silenziose, troppo indisciplinate e ribelli. In molti casi si trattava di donne semplicemente «troppo povere» e «inabili alla lotta per la vita», come le definirono i principali alienisti del secondo Ottocento (A. Tamburini, G. C. Ferrari, G. Antonini, *L'assistenza degli alienati in Italia e nelle varie nazioni*, Torino, UTET, 1918, p. 202). Venivano internate in manicomio donne giudicate dai loro familiari non abbastanza "oneste", non abbastanza pudiche, non abbastanza dedite alla cura della prole e della casa e quindi non abbastan-

Angela venne internata in manicomio nel novembre del 1888 all'età di trentaquattro anni con la diagnosi di lipemania. Questa patologia era stata descritta agli inizi dell'Ottocento da Pinel che la definì «come uno stato di profonda tristezza e abbattimento causati da un'idea esclusiva e ricorrente»; chi ne era afflitto mostrava forme di autocolpevolizzazione per i mali propri e altrui, ansie e paure e una forte tendenza al suicidio (A. Salviato, *Melanconiche d'altri tempi. Le pazienti del manicomio di San Clemente a Venezia (1873-1904)*, in *Genesis*, a. II, n. 1, 2003, p. 64).

Proveniente da Casalmorano, un piccolo borgo della provincia cremonese, Angela era cresciuta in una famiglia di origini contadine; «la sua alimentazione fu comunque sempre buona» e riuscì a completare il ciclo di istruzione elementare, imparando a leggere e a scrivere. Della sua vita prima dell'internamento sappiamo ciò che i medici ritennero utile segnare nella sezione della cartella clinica dedicata all'anamnesi. Così veniamo a sapere che da giovane Angela «faceva molti castelli in aria compiacendosi di letture romanzesche, di sentimentalismo»; poi però «passata a marito riconosce la vera felicità coniugale» ma la giovane sposa «non è restia a narrare al primo venuto certe intimità coniugali e è sempre inquieta». Durante gli anni di matrimonio inoltre la donna ebbe quattro gravidanze nessuna delle quali portata a termine. Fu proprio poco tempo dopo l'ultimo aborto, in un giorno di agosto del 1888, che il medico condotto del paese andò a casa sua per visitarla e lì, approfittando del fatto che Angela fosse sola nell'abitazione, abusò di lei.

Da quel giorno la giovane donna non fu più la stessa. La violenza subita la cambiò profondamente e

nella sua cartella clinica i medici del manicomio annotarono che: «Da quel momento ella non fu più la medesima; all'allegria subentrò una pronunciata ipocondria, allucinazioni, fantasmi e scampanellii nelle orecchie, pianti, grida, invocazioni alla Madonna di mali terribili che la distolgono dal mondo, piuttosto che vivere con quel pensiero nel petto, dice che se non vi fosse stato il giorno 26 ella sarebbe ancora la sposa felice di una volta [...]. Questi cupi pensieri degenerarono in follia [...] e una volta in compagnia della mamma di suo marito tentò di gettarsi in una roggia, un'altra volta preso un grosso falchetto tentò di segarsi la gola, un'altra volta di precipitarsi dalla finestra [...] da allora si pensò al ricovero». Inoltre, sempre dalla lettura della sua cartella clinica, scopriamo che il ricovero in manicomio fu ritenuto necessario perché: «Da quel momento [...] è un parlare incessante di questo fatto [...] narrando a tutti il fatto a lei accorso e a tutti dimostrando l'enorme sua colpa di aver tradito la fedeltà coniugale».

Così Angela, a tre mesi dalla violenza subita, si ritrovò internata in manicomio. Fin dal primo momento si sentì tradita dai propri familiari, da coloro che avrebbero dovuto sostenerla in un momento così difficile e che invece la condussero alle porte della struttura. «Cari genitori, non potete immaginarvi come sono desolata essere chiusa in questa casa di salute, lontana da tutti i miei cari parenti. Non credeva che foste così crudeli ad abbandonarmi avendo ancora tutti i miei sentimenti. È vero che delle volte dicevo cose che non dovevo dire, ma lo facevo per burla perché anch'io so che ho un'anima di salvare».

Angela provava un forte senso di abbandono e di solitudine all'interno del manicomio e per questo

DALLE LANGHE AL WEST

Nella pagina a fianco, Cesare Pavese, lo scrittore che diede grande impulso alle traduzioni.

LE TRADUZIONI SOTTO IL FASCISMO

ANNI TRENTA, IL DECENNIO IN CUI "DILAGÒ" IL LIBRO VENUTO DALL'ESTERO

AUTARCHIA CULTURALE?

LO VOLEVA IL LETTORE: SOLO UN ROMANZO SU QUATTRO PRESI A PRESTITO NELLE BIBLIOTECHE ERA ITALIANO

di DANIELA SARESELLA

Parlare di lettura vuol dire anche, o vuol dire spesso, parlare di traduzione; perché non leggiamo solo ciò che viene scritto nella nostra lingua, ma – e forse più spesso – ciò che viene alla nostra da lingue diverse e lontane, da autori di altri tempi e di altri Paesi che proprio la traduzione porta a noi e riporta al tempo nostro, favorendo nuove occasioni di riflessione e di stimolo.

Ciò è vero ed è stato vero soprattutto in certi momenti della storia, e per quanto riguarda la nostra letteratura e la nostra storia recente c'è stato un decennio che viene tuttora ricordato, con un'espressione di Cesare Pavese, come «il decennio delle traduzioni»: gli anni Trenta del Novecento. Erano gli anni del fascismo al potere, di un'autarchia che si voleva anche culturale e che, nella sua miopia e illiberalità, deprimeva ogni manifestazione che non fosse di condiscendenza al Regime. Eppure, e proprio se ci rifacciamo ad analisi di

quell'epoca, ci accorgiamo che la situazione era ben diversa da quella promossa dai nostri governanti. Citiamo ad esempio da un articolo d'allora, in cui Ettore Fabietti riconosceva il «dilagare del libro tradotto» e la «preferenza ch'esso trova presso tutti i ceti di lettori, nei confronti del libro italiano»; riferendosi al decennio 1920-30, Fabietti segnalava che «da accurati rilievi statistici, fatti personalmente da chi scrive, nella più vasta organizzazione di biblioteche pubbliche circolanti di una grande città [il riferimento era a Milano], risulta che, sul mezzo milione di libri distribuiti ogni anno in lettura, almeno quattrocentomila appartengono al così detto genere "ameno", sono, cioè, opere di immaginazione o, come dicono gli Inglesi, *fictions* (romanzi, novelle, ecc.); e di questi quattrocentomila volumi, quasi tre quarti sono traduzioni dal francese, dal russo, dall'inglese, dal tedesco e da altre lingue, e un quarto soltanto, o poco più, opere originali italiane».

Fabietti non era fra coloro che deplorassero il fenomeno, ma segnalava l'importanza di studiarlo «ne' suoi particolari e nei modi in cui si attua, per indagare almeno se tutta questa mole di letteratura di importazione costituisca il meglio di ciò che si produce all'estero», e soprattutto volgeva la sua attenzione sulle questioni di traduzione, su come questa produzione «sia stata e venga tuttavia rivestita di forme italiane». E proprio sotto questo aspetto si scatenava lo sciovinismo nazionalista, che nell'interesse per le letterature straniere vedeva il segno di una sudditanza intellettuale, o addirittura di un disfattismo che deprimeva lo sviluppo della nostra creatività, contribuendo inoltre all'imbarbarimento della lingua: «Da anni le traduzioni italiane di libri stranieri, fatte alcune rare eccezioni, sono pessime», proclamava nel '28 un articolo del *Torchio letterario* intitolato, non a caso, *L'invasione degli stranieri*; e continuava: «Di quel triste imbarbarimento della lingua italiana di cui tutti vediamo e subiamo gli effetti una colpa non piccola spetta ai traduttori e di conseguenza a quegli editori che, per ragioni di palanche invece di astenersi dal pubblicare traduzioni malfatte e di affidare solo a scrittori di coscienza le traduzioni, le affidano al primo venuto che dà garanzia di... non aver pretese infischandosi del pubblico e di quella lingua che, essendo patrimonio e gloria di tutti, anche gli editori dovrebbero concorrere a conservare e a risparmiare». Chiediamo perciò, si infiammava l'articolista, «la censura letteraria preventiva sulle traduzioni», dato che, «quando il senso di responsabilità non contiene la libertà individuale in quei limiti per cui essa non trascende in licenza, la legge deve intervenire, sostituire essa, la coscienza che manca».

Il problema di quale dovesse essere l'italiano dei



traduttori si poneva comunque anche a chi lo affrontava non già con pregiudizi ideologici ma con atteggiamento pacatamente obiettivo. Giuseppe Antonio Borgese, ad esempio, nel prendere nel 1930 la direzione della collana "Biblioteca Romantica" di Mondadori, sottolineava il criterio «artistico» che doveva guidare la traduzione, e arrivava a indicare «in che cosa dovrebbe consistere, secondo noi e secondo tutti, una perfetta traduzione» con le parole seguenti: «Essa dovrebbe

be essere fedele e bella; dovrebbe seguire, pensiero per pensiero, frase per frase, il testo originale, eppure dovrebbe, per virtù della sua naturalezza, sembrar spontanea e nuova, originale essa stessa. Nessuno, tranne il traduttore, dev'essere costretto ad accorgersi ch'egli segue qualcuno. Egli illumina il suo modello con una lanterna cieca. Non prediligiamo le traduzioni che si chiamavano barbare: quelle che fanno desiderare il testo. Una buona traduzione dovrebbe far dimenticare il testo. [...] Si deve tradurre direttamente dal testo, adottando la migliore edizione. Si deve tradurre inte-

gralmente, senza tagli ed arbitrii. Perché la traduzione sia durevole, occorre ch'essa sia scritta in piana lingua italiana corrente, senza sfoggi arcaici o vernacolari, tranne i casi in cui particolari accentuazioni servano a imitare certi caratteri del testo». Ora, per quanto Borgese fosse un critico avvertito e avesse concreta esperienza del tradurre, non si può dire che tali precisazioni potessero davvero servire a sciogliere i problemi che ogni traduttore si trova ad affrontare. Il binomio «fedele e bella» (o piuttosto “bella e infedele”) aveva già all'inizio del Novecento tre secoli di storia, e continua anche oggi a indicare un obiettivo che ogni realizzazione mostra parziale; non meno difficile era il proposito di abbinare la letteralità («seguire, pensiero per pensiero, frase per frase») alla «naturalezza», perché ogni lingua ha particolarità che sono irriducibili a quelle di un'altra lingua, e si tratta dunque di operare sempre degli adattamenti. Sì che l'unico principio che si possa dire qui affermato, e certo giustamente, è che si deve tradurre integralmente e direttamente dal testo, senza operarvi manomissioni e senza utilizzare mediazioni che allontanino l'originale più di quanto non servano ad interpretarlo.

Eppure, proprio nella “Romantica” troviamo più di un caso in cui anche questo principio viene rispettato solo parzialmente, e ogni traduttore, accompagnando il testo con la nota relativa alle modalità di traduzione che veniva richiesta, finiva per ammettere, anche solo implicitamente, che non sempre lo stile dell'autore poteva facilmente essere adattato alle esigenze dell'italiano, e per dichiarare che non esistevano soluzioni univoche per comporre il problema.

La “Romantica” era una collezione dedicata soprat-

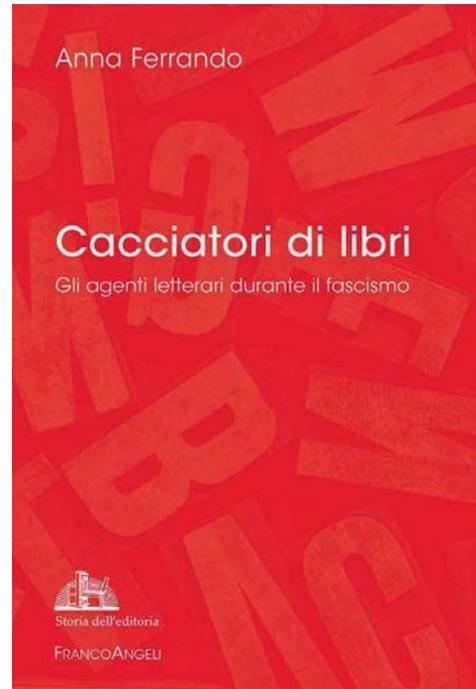


Nella pagina a fianco, la copertina di *Stranieri all'ombra del duce. Le traduzioni durante il fascismo*, a cura di Anna Ferrando, Milano, FrancoAngeli, 2019. Qui sotto, Anna Ferrando, *Cacciatori di libri. Gli agenti letterari durante il fascismo*, Milano, FrancoAngeli, 2019.

tutto all'Ottocento, e sia il suo valore "storico" sia il modo in cui nell'Ottocento si trattavano certi problemi, di moralità o di politica, consentivano comunque il rispetto del testo originale. Altre questioni si dovette porre Mondadori quando, con la collana "Medusa" aperta nel '33, volle pubblicare le opere della modernità e le più crude o più scottanti situazioni che vi si affrontavano.

Emilio Cecchi, per esempio, aveva accettato l'incarico di tradurre *Sanctuary* di William Faulkner, pur sottolineandone le molte difficoltà che avrebbero richiesto parecchi mesi di lavoro: «Volentieri tradurrei *Sanctuary*. È un'impresa ardua, anche perché nel libro sono passi di grande atrocità, e non si possono rendere che cercando di scrivere bene, come ha scritto l'autore; altrimenti il libro, ch'è potentissimo, potrebbe riuscire grottesco e ripugnante».

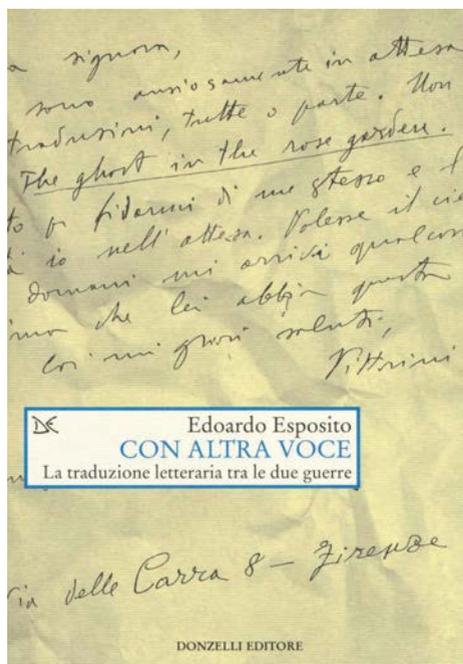
Ben dopo i cinque o sei mesi previsti, tuttavia, e sollecitato in proposito, Cecchi scriveva a Mondadori: «Ho steso buona parte della versione; e tecnicamente, nonostante le difficoltà enormi io credo si possa realizzare. Ma la questione è che non ce la pubblicano. Non credo che la nostra censura lascerebbe passare il libro. [...] Lei mi capisce bene: se il libro non esce, io ho fatto un lavoro tremendo, che il guadagno materiale non giustifica; e che non trova, d'altra parte, compenso nel guadagno morale d'aver fatto una traduzione bella». La lettera continuava suggerendo «uno scandaglio preventivo alla censura», perché per quanto il testo si potesse dire animato da un intento «moralissimo» la materia ne era comunque «atroce», e una bocciatura ne era probabilmente scontata: cosa che avvenne, infatti; e solo nel 1946 Mondadori ne potrà infine realizzare, per cura di Paola Ojetti, la traduzione.



Pavese scriveva da parte sua a Luigi Rusca, direttore editoriale: «Ho seguito scrupolosamente i consigli del Ministero cioè inglesizzato i nomi italiani, lasciato cadere gli accenni a Lenin e sovietici, cancellato o sostituito un accenno al fascismo, taciuto o tradotto con dignità *wop* e *dago*. Di ognuno di questi interventi ho segnato il luogo nel testo inglese, che Le rimando, chiudendo l'espressione, taciuta o mutata, in parentesi rosse. Così potrà vedere Lei stesso».

Di questi problemi erano consapevoli gli autori stessi, che pure accettavano di vedere le loro opere diffondersi manomesse e "purgate"; e non sempre era ignaro il pubblico, che pure a queste opere ricorreva – come abbiamo visto nella testimonianza

za di Fabietti – perché evidentemente vi trovava una modernità sia di contenuti sia di linguaggio che gli scrittori italiani erano ancora lontani dal raggiungere (è noto lo scandalo suscitato nel '29 dalla pubblicazione degli *Indifferenti* di Moravia). La nostra letteratura è stata sempre, infatti, molto “letteraria”, costruita sull’esempio di altra letteratura più che sulla vitale esperienza delle persone, e ingessata in forme preziose ben lontane dall’espressione parlata e comune; ed è soprattutto nella loro libertà che gli stranieri si imponevano costituendo un esempio che sarà da quel momento ripreso, adattato e anche arricchito dai nostri scrittori.



Proprio rimemorando quegli anni Pavese scriveva nel 1945: «Pochi libri italiani ci riuscì di leggere nelle giornate chiosose dell’era fascista [...]. Nei nostri sforzi per comprendere e per vivere ci sorressero voci straniere: ciascuno di noi frequentò e amò d’amore la letteratura di un popolo, di una società lontana, e ne parlò, ne tradusse, se ne fece una patria ideale».

Fu il caso di Lavinia Mazzucchetti con la letteratura tedesca; fu il caso dello stesso Pavese e di Elio Vittorini con la letteratura americana, che degli anni Trenta fu la vera “scoperta” e che fu rappresentata dai nomi di Faulkner, Steinbeck, Anderson, Caldwell, Dos Passos e molti altri ancora: non da Hemingway però, il cui *Farewell to Arms*, pubblicato nel 1929, poté essere tradotto solo nel ’45 per l’immagine non certo edificante che, a proposito della Grande guerra, dava del nostro esercito e della guerra in genere.

Di tutto questo, e del vivacissimo panorama che caratterizza la realtà editoriale del periodo fra le due guerre, tornano a parlarci alcuni libri usciti di recente, a cominciare da quello di Christopher Rundle intitolato *Il vizio dell’esterofilia. Editoria e traduzioni nell’Italia fascista*, pubblicato da Carocci, che riprendendo il testo già apparso nel 2010 presso Peter Lang fornisce una precisa serie di dati in proposito, e da quello di Edoardo Esposito pubblicato da Donzelli con il titolo *Con altra voce. La traduzione letteraria tra le due guerre*, che entra invece nel merito del dibattito propriamente letterario mostrando le ragioni di tante scelte operate nel periodo e soffermandosi sia sugli aspetti teorici del problema del tradurre, sia su casi specifici di traduzione di poesia e di prosa che hanno visto impegnati alcuni dei nostri maggiori scrittori, dai già citati Vit-

Nella pagina accanto, la copertina del libro di Edoardo Esposito, *Con altra voce. La traduzione letteraria tra le due guerre*, Roma, Donzelli, 2018. Qui sotto, Christopher Rundle, *Il vizio dell'esterofilia. Editoria e traduzioni nell'Italia fascista*, Roma, Carocci, 2019.

torini e Pavese fino a Eugenio Montale.

Raccoglie inoltre gli interventi di un recente convegno sullo stesso argomento il volume a cura di Anna Ferrando *Stranieri all'ombra del duce. Le traduzioni durante il fascismo*, da poco pubblicato da FrancoAngeli, che al quadro storico disegnato da Albertina Vittoria, Donald Sassoon, Giorgio Fabre integra una serie di indagini centrate sull'attività editoriale milanese, data l'importanza di Milano che vedeva in quegli anni la prepotente e vittoriosa ascesa, su scala propriamente industriale, della casa Mondadori. Viene posta l'attenzione sia al piano delle riviste (parla della milanese *Il Convegno* l'articolo di Bruno Berni), sia a quello dei periodici popolari (Fabio Guidali), sia alle nuove sigle che nascono e che magari rapidamente muoiono: di Bompiani parlano Irene Piazzoni, Anna Baldini e Michele Sisto, sulle iniziative di Gian Dàuli interviene Elisa Marazzi, della collana dedicata da Sperling & Kupfer ai "Narratori nordici" ci informa Natascia Barrale; e altri interventi riguardano specifici ambiti letterari come quello della Russia (Elda Garetto e Sara Mazzucchelli), degli Stati Uniti (Guido Bonsaver), dei romanzi inglesi (Sara Sullam).

Uno spazio consistente è dedicato – contrariamente al solito, perché il discorso sul “decennio delle traduzioni” si risolve spesso nell'attenzione al mondo di lingua inglese, anche per la giusta ragione che è quello che gode della maggiore espansione – alla letteratura tedesca. Mi limito a citare Mario Rubino che già nel suo lavoro sui *Mille demoni della modernità* (editore Flaccovio) aveva avvertito dell'importanza che la narrativa della Neue Sachlichkeit aveva avuto per l'Italia con qualche anticipo rispetto alla “scoperta dell'America”; e che è tornato a farlo qui mostrando come le opere di Umberto Bar-



baro, Enrico Emanuelli, Ugo Dèttore – tutti e tre traduttori dal tedesco –, nonché quelle di Carlo Bernari prendessero a modello proprio quella narrativa, nel segno del «rifiuto di una letteratura come evasione» e nell'assunzione di forme stilistiche quanto mai lontane dalla grazia stilizzata che caratterizzava tanta prosa italiana.

Ci si sofferma inoltre, con la curatrice Anna Ferrando, sul problema delle agenzie letterarie; e della stessa Ferrando sarà da citare, per finire, anche il volume *Cacciatori di libri. Gli agenti letterari durante il fascismo*, ultimo e benvenuto libro che di nuovo FrancoAngeli manda in libreria a ulteriore approfondimento di un periodo storico e culturale che non cessa di chiedere attenzione.

Daniela Saresella

STRATEGIA GLOBALE

Nella pagina a fianco, foto pubblicata su *La Rivista del Gargoyle Mobiloil* a testimoniare la diffusione globale del prodotto.

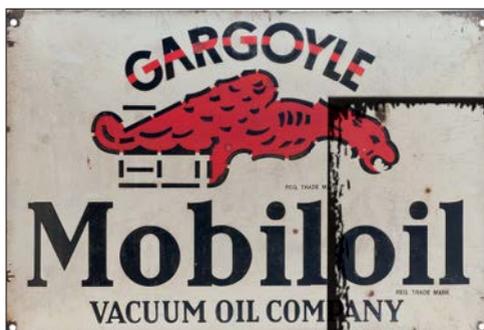
PUBBLICITÀ EDUCATIVA

LA RIVISTA DELLA MOBIL OIL IN ITALIA
NEGLI ANNI TRA LE DUE GUERRE

L'ANIMA DEL COMMERCIO

LA COMUNICAZIONE DEVE ESSERE VERITIERA E UTILE, SOPRATTUTTO SCIENTIFICA: «SERVE A FAR CONOSCERE LE AUTENTICHE QUALITÀ, IL RAZIONALE IMPIEGO E I VANTAGGI DI UN DATO PRODOTTO»

di MARCO MOCCHETTI



GARGOYLE

Cartello in metallo degli anni Venti che indicava una rivendita di prodotti Mobil. A destra, numeri de *La Rivista del Gargoyle Mobiloil* conservati presso il Museo Fisogni.



Oggi, si sa, il marketing ha un ruolo fondamentale nel commercio, e ogni azienda, grande o piccola, deve sviluppare una precisa strategia pubblicitaria, utilizzando i diversi media che la tecnologia mette a disposizione.

La centralità della pubblicità fu compresa appieno nei primi decenni del XX secolo. Da questo punto di vista, può essere interessante analizzare la strategia commerciale di un'azienda ancora oggi leader, la Mobil Oil, attraverso alcuni numeri de *La Rivista del Gargoyle Mobiloil* degli anni Venti e Trenta, conservati al Museo Fisogni di Tradate (Va), museo dedicato proprio alle stazioni di servizio.

La Compagnia, all'epoca chiamata Vacuum Oil Company, faceva del marketing un aspetto centrale della propria politica commerciale, e sfruttava tutti i canali disponibili per pubblicizzare i propri prodotti e fidelizzare la clientela. Oltre a una fitta rete di corrispondenza con i propri rappresentanti, come testimonia sempre l'archivio Fisogni, e a innumerevoli annunci e campagne sui quotidiani, assumeva un ruolo fondamentale proprio la rivista ufficiale, rivolta in particolare ai gestori e ai venditori. I suoi articoli aggiornano su tutte le novità nel campo della lubrificazione dei motori, e numerosi sono i richiami all'importanza del mezzo pubblicitario; non per niente, spiega un sottotitolo, il periodico è pubblicato «dal Riparto Propaganda Esecutiva-Pubblicità [...] per aiutare i Rivenditori [...] nell'evoluzione e nel successo dei loro affari». Del resto, si legge in un articolo, «oggi è per eccellenza l'epoca della pubblicità».

Non mancano i consigli tecnici e i suggerimenti, adatti ad ogni stagione: se l'estate porta «il 100% delle probabilità di vendita», grazie ai viaggi verso



le località di villeggiatura, in inverno, nonostante il calo del traffico, «ogni autoveicolo che circola rappresenta [...] una maggior fonte di vendita», dato il maggior consumo di lubrificante.

Non basta, tuttavia, la domanda stagionale ad ali-

L'ARRIVO DI PEGASO

In basso, manifesto dei primi anni Trenta per la campagna *Mobiloil resiste*. Qui sotto, cartelli all'esterno dei rivenditori Mobiloil: quelli con il Gargoyle sono degli anni Venti e Trenta, quello con Pegaso è del dopoguerra.

Nella pagina a fianco, manifesto che pubblicizza la capillarità della rete dei rivenditori Mobiloil in Italia.

PUBBLICITÀ EDUCATIVA

mentare le vendite, ma è necessario un grande impegno del commerciante. Ne è un esempio un negoziante che, nel 1928, racconta di come sia riuscito ad «educare i suoi commessi a vendere di più»; tanto per citare un passaggio, grazie alla propria abilità egli riesce a vendere due paia di candele e una latta d'olio ad un cliente che voleva acquistare un semplice ricambio. La lezione, per il suo inesperto commesso, è che «9 volte su 10 riuscirà a vendere ad una persona più di quello che [...] chiede».

Anche la bravura personale non è di per sé sufficiente, poiché il ruolo centrale spetta alla pubblicità. La stessa Compagnia ammonisce «i rivenditori di Mobiloil che dicono: “La Vacuum fa già tanta di quella pubblicità che non c'è bisogno che io mi muova”»; piuttosto, «l'interessamento del rivenditore è indispensabile se egli vuole profittare di tutta la potenzialità pubblicitaria del Mobiloil». Fondamentale, in particolare, l'«organizzazione Commerciale dei Garages», attraverso un uso sapiente degli spazi. «La pubblicità sui grandi quotidiani – si spiega – è troppo generale [...]. È preferibile la pubblicità mediante manifesti affissi nel quartiere dove è situato il garage», cartelli negli esercizi pubblici, caroselli nei cinematografi locali, magari una bella insegna luminosa; altro mezzo consigliato, l'invio di cartoline pubblicitarie: alcune lettere conservate al Museo Fisogni confermano l'efficacia di questo strumento, al punto che un esercente di Gorizia, negli anni Venti, ne ordinerà ben duecento. Comunque, la sola pubblicità «non può far tutto»:



essa «dispone favorevolmente i consumatori, ma difficilmente arriva a vendere» se non è supportata dal negoziante, che deve stimolare i compratori attraverso il «prodotto stesso esposto nelle vetrine». Non a caso la rivista è piena di immagini e fotografie di negozi Mobil che, oltre a restituire un interessante spaccato di queste piccole realtà commerciali, rendono bene l'idea di come una vetrina dovesse essere organizzata.

Altra trovata per accattivarsi i clienti, tralasciando la «insana politica della “svendita”», è il servizio «offerto gratuitamente al consumatore», che certamente lo invoglierà a ritornare. La Mobil, infatti, garantisce alcuni servizi gratuiti, come la pulizia del carter o la lubrificazione periodica dello chassis. La Compagnia, inoltre, ha ideato alcune etichette, recanti ovviamente il marchio del gargoyle, indicanti «il numero di chilometri che la macchina dovrà aver percorso per arrivare al [...] successivo ricambio d'olio»; una trovata semplice e al contempo efficace, che non manca di venire caldamente consigliata ai propri rivenditori, e che spes-

so viene utilizzata ancora oggi nelle officine. Un altro, fondamentale mezzo di propaganda era la *Guida* alla lubrificazione Mobil, edita ogni anno a partire dal 1906. Ai gestori, come si legge nella corrispondenza con il succitato esercente di Gorizia, era caldamente raccomandata l'esposizione in negozio, in posizione ottimale. «La prima *Guida* – spiega un articolo – ha rivoluzionato il sistema d'acquisto degli oli per automobili»; redatta in maniera «scientifica», contiene consigli e indicazioni per la ottimale lubrificazione di ogni modello di automobile, ed è un chiaro esempio della «pubblicità educativa» realizzata dalla Compagnia, fondamentale per crearsi «una Clientela solida, affezionata», al punto che «nessun'altra Ditta può vantare il consenso praticamente unanime che il Mobiloil riscuote».

Ma cosa intende la Mobil come «pubblicità educativa»? La pubblicità educativa è utile e veritiera e, soprattutto, è scientifica: essa «è là per questo: far conoscere le vere qualità, il razionale impiego ed i reali vantaggi di un dato prodotto. Nonostante tutti i preconcetti che possono ancora sopravvivere contro la pubblicità, essa – quando è seria, onesta e scientifica – è ancora, e sarà sempre di più, la forza viva che fa conoscere e vendere la merce che sostiene». «Chi non fa della pubblicità – sentenzia l'articolo – si ritrae spontaneamente dalla lotta, diserta in silenzio [...] pagando con la propria sconfitta». Del resto è questa la luce in cui ama presentarsi la Compagnia, impegnata nella «lotta» del mondo dei lubrificanti non per mero interesse, ma guidata dallo «studio amoroso per il perfezionamento ad oltranza dei suoi prodotti», secondo criteri puramente scientifici.

La centralità della propaganda è tale che nel nume-



ro del marzo 1929 il giornalista descrive la «trovata pubblicitaria» adottata nell'ottobre precedente nel «paese della pubblicità», Broadway: «sopra il vertiginoso impazzire delle mille insegne luminose [...], una luce improvvisa, quasi una stella filante, lacera l'interrogativa oscurità della notte [...] è un gigantesco aeroplano» che, in piena campagna elettorale, traccia nel cielo «scintillanti parole: "Hoover o Smith?"». Poi, a sorpresa, mentre «milioni di occhi seguono ansiosamente» la scritta luminosa, arriva «in una fantasmagoria di luci, l'imprevista, luminosa, volante risposta: "Mobiloil leads"». Una trovata, verrebbe da dire, poco «onesta e scientifica», ma sicuramente di grande effetto; un'azione simile è certamente improponibile nell'Italia fascista, ma deve comunque fungere da esempio e stimolo anche per i negozianti italiani, che devono sfruttare tutti i mezzi a loro disposizione, a cominciare dalla targa Mobiloil: essa è «il vostro biglietto da visita: con essa voi informate il pubblico del-

la vostra qualità e funzione; per essa si concentra su di voi la richiesta provocata dalla campagna pubblicitaria» su giornali e riviste. Assumono una certa importanza anche i recipienti: «istantaneamente identificabili per la caratteristica eleganza della loro forma e della loro tinta», fungono da irresistibile richiamo per gli automobilisti, soprattutto se «esposti in bell'ordine in una ben ordinata vetrina». Anche per i gestori, in effetti, «è sempre bene leggere tutta la pubblicità della Vacuum poiché, molto vicina all'anima del consumatore essa condensa [...] tutti i migliori argomenti di vendita»; e certamente, verrebbe da dire, fidelizza lo stesso negoziante, che difficilmente sceglierà di cambiare fornitore. Non per niente, «il Rivenditore destinato al successo è, anzitutto, un uomo convincente (purché profondamente convinto)» della qualità del Mobiloil. Per rafforzare la convinzione degli esercenti, non mancano fotografie e resoconti di trasvolate, gare automobilistiche e imprese motoristiche tutte lubrificate dall'olio del gargoyle; perfino la Citroën del Papa usa «il Gar-

goyle Mobiloil della Vacuum Oil Company!» La Compagnia non sdegnava poi la partecipazione a fiere ed esposizioni, cercando sempre di personalizzare il messaggio in base alla clientela: così, se a Tripoli lo stand si concentra sulla lubrificazione dei macchinari agricoli, dato che «in Tripolitania [l'agricoltura] è attualmente in rapido e sicuro sviluppo», a Milano «abbiamo invece espresso il carattere mondiale del Mobiloil», segnalandone la diffusione nei vari Paesi. Importante considerazione: «anche questi stands, facendo parte di quella complessa e potentissima arma

La Forza della Pubblicità

Pubblicità di un prodotto superiore è pubblicità per il rivenditore; esponente.

Il nostro tempo non è più quello della violetta modesta e profumata: oggi è l'avvento della più violenta rosa rossa.

Lasciamo ad altra penna giudicare se ciò è bene o male e se il simbolo della rosa sia superiore o inferiore a quello della violetta: noi, come voi, e come tutti coloro che vendono, siamo soltanto degli ottimismo uomini d'azione, e perciò non dobbiamo preoccuparci troppo di certe sottigliezze.

A noi preme soltanto sapere come le cose sono e perché sono; non come sarebbe meglio o più desiderabile che fossero...



— Fig. 1 —

di più, e, senza voler fare della filonella, poiché il nostro stesso ottimismo ci vieta una cosa tanto malinconica, affermiamo che questo moderno bisogno di pubblicità è un bene. Se la vita è davvero lotta, attività, energia in azione; se è manifestazione e impulso di ricerca

dire a chi ha solo virtù interiori da coltivare o panni sporchi da celare che tutto ciò si chiama grancasso. Non è vero. Grancasso è quella che col rumore assordante cerca di celare un difetto.

Quando il suono squilla alto e argenteo su di un pregio noi applaudiamo quel suono che lo fa riconoscere con lo stesso animo a un assetato che ascolti

l'improvviso canto ammiratore a una sorgente.

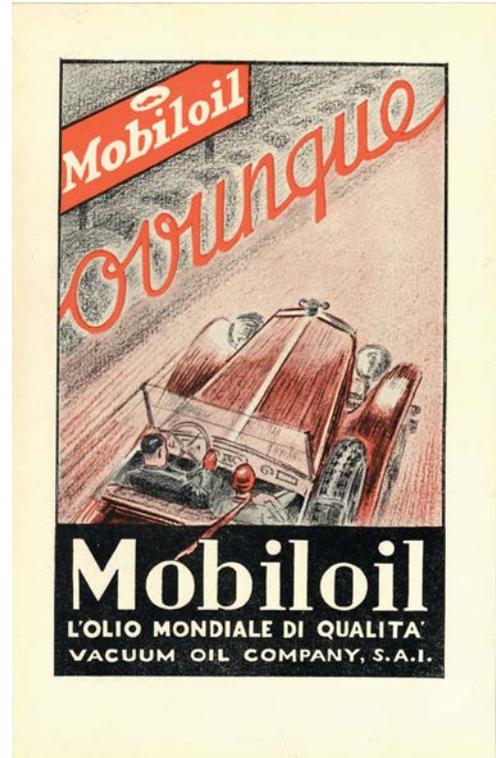
Se un di noi (stocchiamo dunque) avesse urgente bisogno di un buon medico che lo salvi non dovrebbe certo indagarsi nella ricerca di un illustre sponso ma correrebbero



Nella pagina a fianco: articolo sulla *Forza della Pubblicità* pubblicato su *La Rivista del Gargoyle Mobiloil*; Broadway durante la campagna presidenziale del 1928: un aereo sorvola la città con la scritta "Mobiloil Leads". Qui sotto: fine anni Venti, un benzinaiolo con rivendita espone i prodotti Mobiloil; pubblicità degli anni Trenta.

di vendita che è la pubblicità, [...] possono essere considerati quasi come una vostra stessa partecipazione alle varie Fiere».

Questa centralità della pubblicità, tanto in voga in America, sembra paradossalmente sposarsi anche con la retorica fascista di questi anni; nel 1930, infatti, la rivista afferma che «questo moderno bisogno di pubblicità è un bene. Se la vita è davvero lotta, attività, energia in azione; se è manifestazione e impiego di potenza, è dunque bene che le buone qualità vengano fuori, si facciano subito riconoscere e gridino forte [...] il loro nome». Il suono della pubblicità Mobil non è semplice «grancassa [...] che col rumore assordante cerca di celare un difetto», ma è un «suono [che] squilla alto e argentino su di un pregio»; è, in altre parole, quella propaganda «onesta e scientifica» che costituisce la «pubblicità educativa», e che si differenzia dalle imitazioni per la sua genuinità: «la pubblicità che la nostra Compagnia ha sempre svolta è caratterizzata dalla sua sobria serietà, dal suo contenuto educativo, dall'assoluta verità delle sue affermazioni».



Durante questi decenni, dunque, la Vacuum Oil Company porta avanti una politica pubblicitaria attivissima, studiata e preparata nel minimo dettaglio; si nota, in queste pagine, lo sforzo dell'azienda di coniugare la spettacolarità della pubblicità americana con la marzialità della retorica fascista, cercando inoltre di ottenere l'approvazione del pubblico mantenendo toni apparentemente scientifici e imparziali, atti a presentare il Mobiloil come un prodotto oggettivamente superiore alla concorrenza, la quale invece propone al pubblico mere imitazioni dell'originale.

Marco Mocchetti

Finito di stampare
nel mese di aprile 2020
presso la tipografia
Galli Thierry stampa



**per le persone
in difficoltà**



Caravaggio (Michelangelo Merisi), *Mamma e San Paolo*,
1610 - olio su tela, 143 x 180 cm - Collezione Intesa Sanpaolo

per la cultura



per i giovani



**per l'economia
circolare**



per l'innovazione



per le famiglie

Intesa Sanpaolo. La Banca per lo sviluppo sostenibile e inclusivo.

Crediamo che nostro compito sia contribuire alla creazione di un sistema economico in cui ognuno possa esprimere il proprio potenziale. Questo non è solo un ideale ma il lavoro che facciamo ogni giorno.

group.intesasanpaolo.com

INTESA  **SANPAOLO**

GUARDA IL VIDEO CHE RACCONTA IL NOSTRO IMPEGNO SU GROUP.INTESASANPAOLO.COM