

Data: 04.04.2021 Pag.: 6  
Size: 328 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



# I CENTO MESTIERI MESSI IN CAMPO DALL'EDITORE

Produrre libri/2

di **Andrea Kerbaker**

**D**uecentocinquanta e passa pagine sui *Meccanismi dell'editoria*? Probabile che molti, di fronte al testo di Roberto Cicala, pubblicato dal Mulino, non provino un incontenibile fremito di eccitazione; tanto più che il libro appare in una collana, «Pandoracampus», dichiaratamente rivolta agli studenti. D'altronde, anche a una prima rapida occhiata all'interno, la struttura ha l'andamento manualistico tipico della produzione per universitari.

Se il destinatario principe è chi sta in aula, non è detto però che il libro non sia di interesse anche per il lettore comune. Basterebbe sostituire il titolo accademico con il più attrattivo "Dichiarazione d'amore per l'editoria", che corrisponde mille volte di più a contenuto e autore. Roberto Cicala, infatti, non è soltanto «uno dei maggiori esperti del settore», come lo definisce la quarta di copertina. Ne è, piuttosto, un innamorato cronico, che per l'arte della stampa da sempre prova una passione speciale. Un amore che lo ha portato fin da giovanissimo ad animare le edizioni Interlinea, novaresi, tra le sigle più attente alla qualità dei contenuti, ma anche della veste grafica e di tutti gli aspetti collaterali dei libri. Quando un innamorato di questa fatta si trasferisce in cattedra, ovviamente la passione viaggia con lui: ed è questo il nocciolo del suo insegnamento alla Cattolica di Milano e in un master a Pavia, dove non trasmette unicamente i ferri del mestiere - sarebbe banale - ma proprio la sua contagiosa bellezza.

Come tutti gli innamorati, Cicala si preoccupa in primis della salute dell'oggetto della sua passione, soprattutto in questo periodo complesso; e lo stato non pare dei più sicuri, se già nel capitolo introduttivo si cita il Pirandello del *Fu Mattia Pascal*: «La prima volta che mi avvenne di trovarmi con un libro tra le mani, tolto così a caso, senza saperlo, da uno degli

scaffali, provai un brivido d'orrore». Parole scritte più di un secolo fa, ma ancora assai attuali: «L'editoria italiana è abituata da sempre a vivere difficoltà croniche e a sopportare la spada di Damocle di una scarsa visibilità e fruizione sociale del proprio prodotto, con rese ingenti di invenduto in libreria». Ma non si pensi al consueto *cahier de doléances* così frequente di questi tempi: importa, piuttosto, reagire, guardare avanti, con «la speranza riposta in giovani generazioni con il vizio della lettura».

Ecco, il libro è proprio rivolto a chi coltiva il vizio di leggere, acuta definizione che rubo a Vittorio Sermoni, nel tentativo di allargare sempre più la cerchia, riducendone l'esclusività che da sempre la caratterizza nel nostro Paese. Per farlo, il testo si snoda come un lungo racconto, denso, gremito di testimonianze raccolte da mille canali diversi. E poco importa se, a volte, le dichiarazioni si contraddicono, anche in maniera esplicita, come quando in poche righe si passa da Orwell «che consiglia di non usare mai una parola lunga quando ne basta una breve» alle «alchimie linguistiche e barocche di Carlo Emilio Gadda o Gesualdo Bufalino». Perché, commenta l'autore, «inclinazione e stile non hanno davvero regole». Gran bella lezione di libertà priva di preconcetti, che si vorrebbe più spesso da chi parla *ex cathedra*.

Per raccontare a fondo i cento mestieri dell'editoria e anche di ciò che le sta attorno, come il profilo dei lettori o il sempiterno cancro della censura, Cicala usa continuamente il ricorso ai *maggior sui*, che siano gli antenati nobili o i più recenti. Così capita di incontrare nello stesso paragrafo Aldo Manuzio e la parola *paperback*, come corrispondente attuale dei suoi libri *portatiles* - verissimo, ma speriamo che, dovunque sia, Manuzio non lo venga mai a sapere...

Oppure, più avanti, le dotte disquisizioni sui titoli di alcuni classici

einaudiani, come *Menzogna e sortilegio* della Morante o *Il sergente nella neve* di Mario Rigoni Stern, accanto ai consigli dell'editore americano Alfred Knopf a Dashiell Hammett: «Dovresti occuparti e preoccuparti un po' di più dei tuoi titoli. Quando una persona non riesce a pronunciare il titolo, o il nome dell'autore, si intimidisce e non osa più entrare in libreria per chiedere quell'libro. Capita più spesso di quanto tu non creda». Dei maggiori nomi stranieri si prendono soprattutto gli esempi dell'impegno per sostenere gli autori: «Non ci accontentiamo di pubblicare libri, ci sforziamo di esercitare una propaganda costante in favore delle loro idee», dice Gaston Gallimard in una lettera del 1921 indirizzata al *Professor Freud*, «per convincerlo a tradurre *L'interpretazione dei sogni* e a entrare nel comitato di una rivista che sarà una meteora, "La re-

**UN MANUALE CHE  
SPIEGA I DETTAGLI  
DELLA PROFESSIONE E  
OFFRE UNO SGUARDO  
SUL FUTURO  
DI QUESTO MONDO**

vue juive"». Dalle nostre parti, ecco Leonardo Sinisgalli che per ora la causa del marketing in una lettera rivolta ad Arnoldo Mondadori: «Non bisogna avere troppo riguardo per il libro, bisogna imporlo come la Coca-Cola», subito smentito dal recente caso Ferrante, che «dimostra come un successo può nascere anche senza presentazioni pubbliche o presenze a trasmissioni televisive».

Chi conosce l'autore o i libri che pubblica sa che le sue scelte nel campo editoriale sono piuttosto precise. Ma nel manuale il Cicala professore mostra un'apertura di credito verso tutte le opzioni, utile soprattutto quando si affrontano i temi maggiori delle sfide odierne, dal digitale alla

Data: 04.04.2021 Pag.: 6  
Size: 328 cm2 AVE: € .00  
Tiratura:  
Diffusione:  
Lettori:



distribuzione, senza trascurare temi ancora in embrione, come il *crowdfunding* o gli audiolibri. L'atteggiamento consente, nonostante le non allegre premesse, di arrivare relativamente sereni anche alla condizione odierna, nei due capitoli conclusivi, significativamente intitolati *Aria di pessimismo sulla situa-*

*zione attuale e Perché essere ottimisti sul futuro.* Una conclusione suffragata da una citazione di Giangiacomo Feltrinelli: «Un editore può anche affrontare il proprio lavoro sulla base di un'ipotesi molto azzardata: che tutto, ma proprio tutto, deve cambiare e cambierà».

Un ottimismo di cui hanno

molto bisogno gli studenti, ma anche, perché no?, i comuni lettori come noi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I meccanismi dell'editoria

**Roberto Cicala**

il Mulino, pagg. 266, € 24