

**PANORAMA STORICO-CRITICO
DELL'EDITORIA ITALIANA NEL
NOVECENTO**

MARIA PANETTA

Università di Roma "La Sapienza"

Il Novecento italiano si apre con un periodo di declino dell'attività editoriale, che raggiunge i suoi minimi nel 1905^[1], per poi riprendere a crescere nel decennio antecedente all'esplosione del primo conflitto mondiale.

Prima di procedere nell'illustrazione della situazione del XX secolo, qualche breve cenno alla nascita e alla diffusione della stampa in Italia.

Com'è noto, l'invenzione della stampa risale alla metà del Quattrocento; Johann Gutenberg di Magonza, orafo di professione, nel 1448 iniziò a produrre libri adottando la tecnica di stampare con caratteri mobili di metallo anziché tramite un blocco unico di legno o di metallo: questa la sua rivoluzionaria intuizione. Dopo la metà del secolo iniziarono a operare a Magonza varie tipografie e nel 1457 apparve il primo volume datato. Bisognò, però, attendere il 1463 perché la nuova tecnica giungesse anche in Italia, allorché nel nord operava un tipografo itinerante tedesco; la prima impresa tipografica di rilievo nella penisola fu voluta dal cardinale tedesco

Nicola Cusano e si stabilì a Subiaco: tra il 1465 e il 1467, nella tipografia dell'abbazia benedettina a est di Roma vennero prodotti ben quattro libri da Conrad Sweynheym e Arnold Pannartz. Si trattava di una grammatica latina destinata alle scuole e di tre classici: il ciceroniano *De oratore*, un Lattanzio e un'opera di Sant'Agostino.

Nel 1467 i due stampatori tedeschi già si erano trasferiti a Roma, per produrre in sei anni circa una cinquantina di libri; nel 1469 la stampa fu introdotta anche a Venezia, che ne sarebbe divenuta il centro propulsore. In quegli anni si registrò un boom della diffusione della nuova tecnica, che raggiunse Treviso, Bologna, Ferrara, Firenze, Milano, Perugia e Napoli nel 1471, approdando, l'anno successivo, a Padova, Verona, Mantova e Parma, e a Brescia e Pavia nel 1473. Si trattava, dunque, dell'Italia del nord, specie nella sua zona orientale; nel sud, solo Napoli fu in grado di essere competitiva.

Entro la fine del secolo, comunque, la stampa si era diffusa in un'ottantina di centri importanti in Italia, che superò nettamente la Francia e la stessa Germania nella produzione libraria: esaminando le ragioni di tale successo, si può ipotizzare che, in primo luogo, l'Italia, con la propria "abbondanza" di scrittori e di studiosi, potesse garantire la "materia prima" alla nascente attività; in secondo luogo, che l'alto numero di città popolate da gente benestante e alfabetizzata potesse assicurare la domanda; infine, che la presenza di personalità disposte a finanziare le imprese e la discreta rete commerciale esistente nella penisola potessero garantire il sostegno finanziario necessario, l'accesso alla carta e una certa facilità nel distribuire i prodotti finiti.

La città che presentava le migliori condizioni di partenza, come accennato, era Venezia: sotto il suo

dominio, la fiorente città veneta annoverava centri come Padova (con la sua prestigiosa università) e come Verona e Vicenza; inoltre, la ex repubblica marinara poteva contare su un vasto sistema mercantile, che si estendeva sia in tutto il Mediterraneo sia al di là delle Alpi.

Per fornire qualche cifra, prima del 1501 fu stampato a Venezia il 41,32 % degli *incunabula* (ovvero, in latino, ‘fasce’, ‘culla’) prodotti in Italia (nell’ordine, seguivano Roma, Milano, Firenze, Bologna, Napoli e Brescia *etc.*)^[2] e, tra il 1526 e il 1550, Venezia produsse quasi i tre quarti delle edizioni stampate nella penisola (laddove, in media, dal 1465 al 1600, ne produsse la metà)^[3].

I libri più richiesti erano quelli per la scuola, per lo studio personale, per l’intrattenimento o per la devozione; e anche volumi collegati alle professioni (per avvocati, medici, insegnanti *etc.*) e alle vocazioni (per chierici).

Tornando al Novecento, come già accennato il XX secolo in Italia si aprì con una crisi del libro che toccò il suo apice nel 1905, per poi essere superata a partire dall’anno successivo. Proprio nel 1905 nasceva la rivista «Poesia», di Filippo Tommaso Marinetti, caposcuola del Futurismo, che diede ben presto vita alle Edizioni di «Poesia» (1910), che pubblicarono alcune tra le opere più significative dell’avanguardia da lui inaugurata.

Già dalla fine dell’Ottocento^[4] l’editoria aveva superato la propria fase artigianale ed era entrata in una imprenditoriale: quella dello scrittore e del giornalista era divenuta una vera a propria professione e veniva, per questo, retribuita; il diritto d’autore, seppur tardivamente rispetto alle altre

nazioni europee, aveva ormai ottenuto il proprio riconoscimento legale; i gusti del pubblico si erano indirizzati, specie nell'ultimo ventennio del XIX secolo, soprattutto verso i romanzi, i quotidiani e le riviste, e Milano era diventato il centro più importante della penisola, soppiantando, fin dai primi dell'Ottocento, l'egemonia sino ad allora incontrastata di Venezia.

A partire dall'ultimo decennio del XIX secolo, però, si cominciarono ad avvertire i primi segni di una crisi che, in primo luogo, riguardava la diffusione del romanzo, danneggiato dall'esplosione della moda della pubblicazione di novelle sui quotidiani e dal contemporaneo prendere piede di una letteratura teatrale che si diffondeva parallelamente al gusto per gli spettacoli teatrali stessi e per quelli dell'opera e del circo. Contemporaneamente rallentò anche la produzione di tutto quel settore riguardante la manualistica e la divulgazione che, subito dopo l'Unità d'Italia (1861), aveva iniziato a dilagare per la penisola: tale fenomeno era dovuto in parte all'interessamento delle classi dirigenti per altre discipline come la filosofia (in seguito anche all'affermarsi del predominio dell'Idealismo sull'ideologia positivista di fine Ottocento); in parte al massiccio sviluppo del giornalismo, che fece sì che, tra il 1885 e il 1915, la tiratura dei giornali raddoppiasse all'incirca ogni dieci anni^[5], contrariamente a quella del libro. Il baricentro del sistema si veniva progressivamente spostando verso il consumo e il consumatore: il consolidarsi della pratica delle *réclame* fece sì che la vendibilità diventasse la caratteristica più apprezzata di qualsiasi prodotto.

Nei primi anni del Novecento il libro cambiò funzione: si moltiplicarono i testi scolastici e

accademici, i giornalisti raccolsero in volume i propri articoli e si produsse una saggistica “alta” a tiratura limitata, destinata alle élite culturali e promossa da case editrici medio-piccole. Tale circuito si contrapponeva a quello dei romanzi ameni destinati a un pubblico medio-basso, che comprendeva una produzione di romanzi psicologici specie stranieri, romanzi erotici e d’appendice, e autori apprezzati da operai e studenti di sinistra, come Zola, Hugo, Gorkij e Prévost.

Da sottolineare come proprio in quel periodo gli intellettuali assumessero un ruolo di guida e, comprendendo l’importanza del settore editoriale come mezzo per influire sulla direzione culturale del paese, iniziassero a fondare delle case editrici o ne diventassero consulenti, fenomeno che si sarebbe protratto in Italia fino agli anni Settanta.

La storia dell’editoria italiana risente a tutt’oggi del paradigma elaborato da Renato Serra nel 1913, nel suo *Le Lettere*, ovvero della suddivisione del panorama editoriale in due grandi aree o categorie: quella della produzione di consumo e quella dell’editoria di cultura.

In effetti, per il Novecento questa contrapposizione di case editrici e di filosofie editoriali appare piuttosto valida: Serra racchiudeva nel primo gruppo di marchi editoriali l’ebreo milanese Treves, il gigante del romanzo italiano di fine Ottocento; la milanese Baldini e Castoldi (1896), Puccini *etc.* Nella seconda categoria di imprese (a quell’altezza cronologica, infatti, si può ormai parlare di imprenditoria, in ambito editoriale, in Italia) annoverava la barese Laterza (fondata nel 1901), che aveva già lanciato le proprie gloriose intraprese (i «Classici della filosofia moderna» diretti da Croce e Gentile, nel 1906, e gli «Scrittori d’Italia» fondati

sempre dal filosofo abruzzese nel 1910) che avrebbero formato generazioni di alto-borghesi; l'editore torinese Bocca (nato nel 1775)^[6], con la sua propensione per la saggistica e la manualistica; il palermitano Sandron («in parte»^[7]) e la vivace casa editrice abruzzese Carabba di Lanciano (nata nel 1880) che, legandosi a un intellettuale allora attivo ed effervescente come Giovanni Papini^[8], avrebbe rappresentato, per alcuni aspetti, una valida concorrente (seppur dotata di mezzi ben inferiori) all'egemonia laterziana nell'ambito delle collezioni di scrittori, puntando anche su settori allora in voga – vista la sete di misticismo e l'irrazionalismo allora serpeggiante – della produzione libraria.

Nei primi anni del Novecento si assistette, dunque, all'emergere di una serie di piccole case editrici di cultura che si contrapposero all'egemonia ormai consolidata del nord nel settore: la Roma *fin de siècle* aveva prodotto un editore raffinato come Sommaruga, mentre a Napoli era emerso Luigi Pierro, partito con una semplice tipografia; i già nominati Laterza e Carabba, poi, rappresentarono il fiore all'occhiello rispettivamente della Puglia (fino ad allora lontana dal mercato editoriale ed approdatavi per iniziativa del fidentino Valdemaro Vecchi) e dell'Abruzzo. Nel settentrione, invece, si segnalavano le avanguardie fiorentine legate al mondo delle riviste (come «La Voce» del 1908 e la sua «Libreria della Voce»), la modenese-romana Formiggini (nata per iniziativa di un ebreo, Angelo Fortunato Formiggini, che notoriamente si tolse la vita dopo l'emanazione delle leggi razziali del 1938) e le edizioni futuriste milanesi, legate all'avanguardia nata per iniziativa di Marinetti, come già accennato egli stesso editore in prima persona^[9].

Già dopo il primo decennio del Novecento si instaurò un legame tra i nuovi intellettuali e la nuova classe borghese: la lettura divenne un segno di distinzione ideologica e il pubblico si interessò nuovamente ai periodici e alla grande editoria, assorbendo modelli diffusi anche dai nuovi mezzi di comunicazione di massa, quali quelli dannunziani e quelli divistici imposti dalle prime prove del cinema e dal perfezionarsi delle tecniche fotografiche, con un'attenzione all'erotismo e al corpo favorita dall'imporsi di quelle visive sulle altre percezioni sensoriali.

Da considerare il fatto che proprio nel primo ventennio del XX secolo si espansero gli strati sociali intermedi urbani (specie impiegatizi), che contribuirono a far sì che quantitativamente la piccola borghesia raddoppiasse, fronteggiando il precedente aumento della classe operaia al nord: quello borghese costituiva, pertanto, la maggior parte del nuovo pubblico di massa, che intorno al 1921 si attestava sui due milioni di unità, corrispondenti circa al 5% della popolazione complessiva^[10].

Prima della guerra molte officine di arti grafiche si trasformarono in veri e propri stabilimenti e alcuni editori si specializzarono nella stampa ad alte tirature, anche a colori, preferendo investire in tale settore piuttosto che consolidare i propri rapporti col circuito delle librerie. In quel periodo si espansero anche le Messaggerie italiane, agenzia di importazione ed esportazione libraria gestita dalla famiglia Calabi, principale soggetto della distribuzione in Italia, grazie alla sua catena nazionale di librerie (la L.I.R.), cui faceva concorrenza una seconda catena di proprietà della Treves (l'A.L.I.).

La Grande guerra, come tutte le guerre, costituì

un momento di arresto del settore, visti anche gli aumenti del costo della carta, i danni dei bombardamenti e la difficoltà di approvvigionamento delle materie prime, anche se ci fu chi seppe approfittare pure di questo temporaneo arresto della produzione: Arnaldo Mondadori^[11], infatti, colui che sarebbe diventato il successore di Treves, “ingoandolo” come aveva auspicato e si era dichiaratamente riproposto in gioventù, mosse i suoi primi passi proprio come stampatore di fogli per i soldati in guerra.

La fine del primo conflitto mondiale determinò un rilancio della produzione libraria, specie ad opera di studenti, reduci di guerra, operai delle fabbriche, donne, progressivamente sempre più libere.

Come ha sottolineato Ragone^[12], alla vigilia della marcia su Roma, la situazione dell’editoria libraria in Italia si presentava organizzata in quattro reti:

1. una zona istituzionale di matrice toscopiemontese, rivolta alla formazione, all’educazione e alle scienze (che comprendeva editori come Barbèra, Sansoni, Cappelli, Sei, Marietti, Vita e pensiero, Chiantore-Loescher, Paravia, Bocca, le milanesi Hoepli e Vallardi, la bolognese Zanichelli, le siciliane Principato e Sandron *etc.*);
2. un’area delle case di cultura (come le già menzionate Laterza e Carabba, la napoletana Ricciardi, la fiorentina Vallecchi, Formiggini *etc.*);
3. il settore del consumo e della narrativa borghese (che comprendeva Treves, il re del libro per ragazzi Bemporad, Lattes, Baldini e Castoldi, Mondadori; infine Alpes, casa editrice fondata nel 1921 da Franco Ciarlantini, imprenditore fascista

che dapprima pubblicò i discorsi di Mussolini e dei testi fascisti, proponendo contraddittoriamente, in seguito, collane di teatro, di viaggi e anche di autori stranieri), quello quantitativamente più cospicuo;

4. una produzione di livello basso, incentrata sul romanzo scandalistico e sulla vecchia tradizione popolare del romanzo d'appendice (che annoverava Sonzogno, Bietti, Quattrini, Salani *etc.*).

Dopo la vittoria dei fascisti, la situazione si aggravò, con un ulteriore aumento del prezzo della carta e del costo del lavoro, che determinò una rapida contrazione dei consumi: si assistette, pertanto, alla seconda crisi del libro dopo l'Unità.

Durante il regime^[13], negli anni Venti si verificò un ricambio degli imprenditori, seguito, nel decennio successivo, da un'espansione di rilievo favorita anche dalle commesse statali e da varie forme di sostegno e di sovvenzionamento come gli acquisti centralizzati di libri destinati a biblioteche, scuole, enti e istituti culturali: si verificò, dunque, l'affermazione di una vera e propria industria culturale (favorita anche dal potenziamento dei mass-media e dalla loro spettacolarizzazione a fini politici), che dovette, però, fare i conti con la volontà di controllo politico-economico e censorio dello Stato sulle imprese e sulla produzione libraria.

Come già accennato, dopo la guerra cominciò ad affermarsi – anche grazie al favore e al sostegno economico di esponenti del fascismo, come il senatore Borletti – l'editore Arnoldo Mondadori, che trasformò la sua piccola casa editrice veronese di libri per ragazzi e di giornali di guerra acquistando, nel 1917, un grande stabilimento poligrafico e puntando sulla distribuzione e sulla pubblicità. Mondadori si

può considerare il primo vero editore industriale italiano che, a differenza dei soggetti più significativi del secolo precedente, non fu vincolato da scelte precise di destinatario e di genere (come l'editore medio-borghese di letteratura d'intrattenimento Treves, o l'editore popolare Sonzogno) e fu saldamente connesso col mondo della finanza bancaria e industriale. Egli si fece portatore di un nuovo modello di editoria, coprendo progressivamente tutte le aree, indirizzando la propria produzione verso le esigenze di un lettore medio e contribuendo a omogeneizzare i consumi, coll'adeguarli allo standard piccolo-borghese. La strategia della diversificazione della produzione gli consentì di limitare i rischi: libri scolastici e tecnici, libri per ragazzi, narrativa italiana e straniera, saggistica divulgativa e di educazione politica, libri-evento, fumetti, gialli, periodici vari e reportage giornalistici costituivano, infatti, generi di massa che attraevano numerosi lettori. Oltre a sottrarre a Treves e al «Corriere della sera» le loro firme più importanti e conosciute, Mondadori acquistò il «Secolo» da Sonzogno, si accaparrò gli *Opera omnia* di D'Annunzio e fondò collane di bestseller come i «Libri gialli» (1929) e la notissima «Medusa» (1933), che diffuse in Italia scrittori novecenteschi inglesi, francesi e tedeschi. Nel 1920 acquisì in catalogo opere di Marino Moretti e Alfredo Panzini; tra il 1921 e il 1925 di Ada Negri, Federigo Tozzi, Trilussa, e poi di Sibilla Aleramo, Marinetti, Angiolo Silvio Novaro, Gabriele D'Annunzio e Luigi Pirandello.

Gli esponenti del regime sostituirono progressivamente i loro oppositori nella direzione di giornali e istituzioni: il filosofo Giovanni Gentile rivestì, in quel periodo, un ruolo di primo piano, in

quanto ministro dell'istruzione, principale esponente della Fondazione Leonardo, fondatore dell'Istituto dell'Enciclopedia italiana, segretario dell'Istituto Nazionale Fascista di Cultura, garante o proprietario di quote di case editrici soprattutto fiorentine, acquisite durante il Ventennio (come La Nuova Italia, Vallecchi, Sansoni, Le Monnier, Bemporad, Treves, Zanichelli). Si aprì, in quel momento storico, una nuova fase di espansione per l'editoria scolastica, a seguito della riforma della scuola e dell'attenzione del regime per l'educazione nazionale.

La cosiddetta fascistizzazione dell'editoria iniziò dal processo di inquadramento di scrittori, giornalisti, autori di teatro ed editori in sindacati corporativi; gli editori fascistizzati furono favorevoli al testo unico di stato per le scuole elementari, iniziativa che avvantaggiò soprattutto lo stesso Mondadori, che aveva modo di influenzare le commissioni ministeriali tramite le proprie aderenze negli ambienti di governo.

Alla fine degli anni Venti, comunque, la crisi del settore si rivelava superata, e lo slogan “Libro e moschetto, fascista perfetto” – lanciato in occasione della prima “Festa del libro”, nel 1927 – corrispondeva a una realtà di fatto in cui la comunicazione aveva acquisito un ruolo centrale all'interno di un sistema che aveva integrato la cultura fascista e l'industria culturale, puntando alla conquista del pubblico di massa (con aziende come Mondadori, Bemporad, la fiorentina Vallecchi, Cappelli, Bietti, Zanichelli, Sonzogno, Lattes, Bompiani, Rizzoli, la milanese Corbaccio *etc.*). A margine di tale costellazione di editori sopravviveva – attraverso la mediazione di Gentile – la rete scolastica cattolica, rilanciata anche dalla Conciliazione del 1929. Del 1929 fu pure la

fondazione della Rizzoli, casa attenta ai settori dei rotocalchi e della letteratura popolare, che nel 1935 costituì la Novella Film e nel 1937 affidò a Leo Longanesi la direzione della rivista «Omnibus» (1937-1939), passata alla storia per la cura estrema dell'impaginazione e per l'impiego di fotografie e vignette.

Gli anni Trenta crearono in Italia un vero e proprio sistema dei media, che vide l'ideologia fascista integrarsi con l'industria editoriale e con quella dello spettacolo: la ripresa del cinema, dopo la sua crisi degli anni Venti, gli eventi politico-sportivi, i cinegiornali, la radiofonia (statalizzata nel 1927), l'industria discografica e la pubblicità costituirono un sistema mass-mediale nazionale che riuscì in parte ad arginare l'invasione del cinema americano e francese. Dilagarono i rotocalchi illustrati (come il «Corriere dei Piccoli», fondato nel 1908; l'«Intrepido», nato nel 1935; «Topolino», importato dagli Stati Uniti e tradotto da Mondadori; riviste femminili come «Gioia» e la fortunata «Grazia», nata nel 1938), i libri-film, i libri-evento, e si espansero ulteriormente generi come il giallo e il fumetto. In genere, si assistette a un processo di ritorno alla narrativa, che sarebbe sfociato nella predilezione per il realismo sia cinematografico sia romanzesco: accanto a libri come *Dux* di Margherita Sarfatti, edito da Mondadori, si diffusero moltissimi titoli della grande narrativa contemporanea, sia europea sia americana, proprio nel periodo in cui il regime aveva iniziato a proibire l'utilizzo dei vocaboli stranieri e a promuovere l'autarchia. Verso la fine degli anni Venti, editori come Formiggini, Gobetti (e le case torinesi sue eredi quali Slavia, Frassinelli e poi Einaudi), La Nuova Italia di Codignola, la cattolica Morcelliana – seguiti da Dall'Oglio, Treves, Alpes e Bompiani – misero in

commercio grandi classici della tradizione europea (come Thomas Mann o Remarque), allestendone nuove traduzioni, in un momento in cui erano ai loro esordi narratori italiani come Alvaro, Moravia, Zavattini, Vittorini, Pavese *etc.* La prima collana economica in *paperback* tascabile di narrativa europea fu la già menzionata «Medusa», mentre la narrativa italiana, sostenuta da una politica di Stato voluta dal ministro Bottai (propulsore di un “nuovo” realismo che si rifaceva anche ai modelli verghiani), fu pubblicata soprattutto dalla Bompiani (nata nel 1929). Il raffinato editore-letterato Valentino Bompiani diede alle stampe anche la nota antologia di scrittori d’oltreoceano *Americana* (1942), curata da Elio Vittorini.

Com’è noto, verso il 1938 si ebbe un’ulteriore svolta repressiva, sul modello hitleriano, con un rafforzamento delle pratiche censorie, la chiusura di alcuni periodici scomodi, le intimidazioni in serie all’Einaudi (d’impronta gobettiana e antifascista, nata nel 1933, essa annoverava, nel proprio catalogo, Cesare Pavese, Carlo Levi, Elio Vittorini, Primo Levi, Italo Calvino, Carlo Cassola, Giorgio Bassani, Beppe Fenoglio, Mario Rigoni Stern, Anna Maria Ortese, Lalla Romano, Elsa Morante, Leonardo Sciascia, Natalia Ginzburg *etc.*) e alla Laterza di Benedetto Croce; l’opposizione del regime alla pubblicazione di titoli stranieri e soprattutto di autori ebrei, dopo l’emanazione delle leggi razziali, che portarono all’esproprio dei Calabi, al fallimento forzato di Bemporad, Bietti e Nerbini, al suicidio di Formiggini, al sequestro di più di 100 titoli della Bompiani, sebbene la casa pubblicasse anche testi di regime.

La seconda guerra mondiale portò con sé inevitabilmente bombardamenti devastanti

(soprattutto per gli stabilimenti milanesi) e, oltre alle vicende sanguinose della guerra civile, la nazionalizzazione di alcune case editrici durante la Repubblica di Salò e la crisi delle case fiorentine legate a Gentile (ucciso alla fine della guerra), ma comportò anche il sostegno alla Resistenza di alcuni editori, tra i quali Alberto, il figlio di Arnoldo Mondadori; la casa editrice Einaudi divenne, allora, il punto di riferimento per la cultura di sinistra, nonostante i rapporti non sempre lineari e facili con il PCI, che comunque affidò all'editore torinese la pubblicazione delle opere di Gramsci. Oltre a Dall'Oglio e a Vallecchi, ripresero anche la produzione di testi universitari e tecnici la UTET, la Vallardi e Hoepli.

La cosiddetta "seconda generazione" industriale^[14] fu caratterizzata dalla ripresa della Mondadori (che varò quattro nuove collane: «I classici contemporanei italiani» nel 1946, «I classici contemporanei stranieri» e «La medusa degli italiani» nel 1947, la «Biblioteca moderna Mondadori» nel 1948), basata sulle commesse di stampa di americani e inglesi, e dalla crescita dell'Einaudi. Mondadori creò nuovi settimanali popolari (riviste come «Selezione» ed «Epoca», ad esempio) e si accaparrò alcune firme prestigiose anche estere (come Dos Passos, Mann, Remarque, Hemingway *etc.*); Einaudi si circondò di una serie di valenti collaboratori come Pavese, Calvino, Vittorini, Giaime Pintor, Mario Alicata, Natalia Ginzburg, Massimo Mila, Carlo Muscetta, Norberto Bobbio, Delio Cantimori, Federico Chabod, Franco Venturi *etc.* L'editore Treves era scomparso nel 1939, acquisito dall'imprenditore del comparto chimico Aldo Garzanti; Bompiani, grazie alla consulenza di Vittorini, si concentrava sulla narrativa e sulla

saggistica; Rizzoli rilanciava con romanzi rosa e settimanali, varando anche, nel 1949, la prima collana di classici tascabili di successo: la BUR di Luigi Rusca, un «progetto articolato di letteratura universale»^[15].

Nella prima metà del secolo, comunque, l'egemonia dell'Italia centro-settentrionale rispetto a quella meridionale restava schiacciante: a parte la barese Laterza, Morano e Ricciardi a Napoli e Principato a Messina, si leggeva e si produceva carta stampata soprattutto al nord. Milano rimase per tutto il XX secolo la capitale dell'editoria, nella quale accanto ai colossi dell'Ottocento come Treves, Sonzogno e Vallardi, come già detto, erano sorti anche Mondadori e Rizzoli.

Gli anni Cinquanta furono caratterizzati dal varo di nuove collane di qualità: si ricordino «I gettoni» di Einaudi, collana di narrativa diretta da Elio Vittorini dal 1951 al 1957; «I libri del tempo» di Laterza, incentrati sull'attualità e sulla discussione sugli anni del fascismo e della Resistenza; la collezione in ottanta volumi «La letteratura italiana. Storia e testi» inaugurata da Ricciardi nel 1951. In genere, a partire dal 1955 si registrò un considerevole aumento della produzione libraria; nel 1959, dopo la costituzione del Club degli Editori, si sperimentava una nuova strategia di approccio al pubblico dei lettori, la vendita per corrispondenza, tramite la quale si riuscivano a spacciare in genere romanzi contemporanei di qualità a un prezzo conveniente.

Alla fine degli anni Cinquanta iniziò un processo di specializzazione, massificazione e soprattutto di concentrazione, che fece sì che il numero delle aziende italiane medio-grandi si riducesse a una decina: oltre al gruppo Mondadori, la Garzanti (ex Treves), la Rizzoli, il gruppo Giunti-

Marzocco, la Sei, la UTET (ex Pomba), la Bompiani, l'Einaudi, la Sansoni. Seguivano editori notevolmente più “piccoli” come Longanesi (1946), Feltrinelli, Editori Riuniti, Mursia. Il settore scolastico annoverava Vallardi, Paravia, La Scuola, Zanichelli, Le Monnier, La Nuova Italia, e le case cattoliche come Giunti, Sei, UTET, Marietti, Vita e Pensiero *etc.* Oltre a case editrici specializzate in saggistica (quali come La Nuova Italia, Laterza, Edizioni di Comunità, Il Saggiatore), era parte integrante del panorama editoriale una serie di case di dimensioni ridottissime, anche se spesso di alto livello qualitativo (come la modenese Guanda, la bresciana Morcelliana, Parenti, Sciascia, la pisana Nistri-Lischi).

Il secondo dopoguerra fu l'epoca dell'esplosione del rotocalco illustrato e dei periodici, in generale, oltre che il periodo d'oro della televisione, della radio e del cinema: la parola scritta e l'immagine, infatti, non erano, allora, ancora entrate in collisione. Arnoldo Mondadori, ad esempio, lanciava o rilanciava i propri autori tramite i rotocalchi e la radio, oppure mediante la televisione (caso emblematico il commissario Maigret di Simenon). Diversa la strategia einaudiana: la casa torinese puntava su una saggistica di alto livello culturale e sul lancio di collane – volute soprattutto da Calvino – di classici, romanzi di formazione, narratori americani, neorealisti, avanguardie europee, scrittori come Joyce, Queneau, Pavese e Bassani.

Verso il 1958, però, si entrò nell'epoca del boom industriale, e l'editoria ne risentì, anche grazie all'aumento della scolarizzazione, che arrivò a coinvolgere fino al 90% degli italiani: con l'allargamento del pubblico, si giunse a una dimensione di lettura di massa sconosciuta in

precedenza, ma, allo stesso tempo, iniziò un processo di “marginalizzazione” della stampa, che divenne sempre più parte di un’editoria multimediale, il che comportò anche una nuova crisi del ruolo dell’intellettuale (di cui fu consapevole soprattutto Calvino), costretto a misurarsi con la perdita di centralità della scrittura come «percorso di formazione indispensabile per gli individui»^[16], a favore del mondo dei media, con i suoi modelli e i suoi linguaggi di narrazione-spettacolo.

Anche la contrapposizione tra un’editoria di cultura (alla Einaudi o Feltrinelli) e una di consumo (alla Mondadori o Rizzoli) si esasperò, allora, mentre la nuova cultura universitaria veniva trasmessa dalla saggistica di editori come Feltrinelli, Marsilio (1961), Edizioni di Comunità (1963), Laterza, Editori Riuniti ed Einaudi. Al lettore “forte”, consapevole e selettivo, si affiancava, dunque, un lettore “debole”, mosso dal desiderio di sapere e guidato, nei suoi acquisti, dalle suggestioni dell’immaginario di massa: il ruolo dell’editore, pertanto, si trasformò in quello di inventore di nuove strategie di promozione e consumo, prime tra tutte l’ideazione di nuovi formati, come il tascabile, e la vendita in edicola. Gli «Oscar» Mondadori degli anni Sessanta rappresentarono proprio un interessante tentativo di conciliare le esigenze del mercato con quelle della qualità, contribuendo a promuovere la lettura dei capolavori della letteratura italiana e mondiale presso la nuova società di massa.

Fino alla fine degli anni Settanta, i lettori medio-popolari (che si tentò di raggiungere anche tramite la novità dell’editoria a dispense dei Fratelli Fabbri, della De Agostini, della Rizzoli *etc.*) rimasero fortemente separati da quelli intellettuali (sebbene massificati anch’essi), prevalentemente giovani,

mentre l'intrattenimento proposto dagli altri media tendeva ad abbattere le barriere sociali tra il pubblico, favorendo la diffusione di un linguaggio comune.

Durante la cosiddetta "seconda generazione", la stampa quotidiana rimase distinta da quella dei settimanali (i cui principali esponenti erano Mondadori, Rizzoli e Rusconi) e da quella libraria, articolata in segmenti differenti (la scuola, l'educazione religiosa, i libri per ragazzi, la narrativa, le Universali economiche *etc.*). Le case editrici si giovavano della consulenza di intellettuali e giornalisti in qualità di progettisti e redattori, e ogni editore era un «editore protagonista»^[17], che garantiva in prima persona l'identità culturale della propria azienda. Tale assetto era, però, destinato a cambiare; inoltre, a cavallo tra anni Cinquanta e Sessanta, il lancio di bestseller divenne una strategia fondamentale delle case editrici, mentre prima ne era solo un evento eccezionale. Si registrarono allora, infatti, una serie di "casi letterari" (come il *Gattopardo* di Tomasi di Lampedusa, o alcuni romanzi di Moravia, Cassola, Bassani, Tobino, Sciascia, Buzzati, Berto, Calvino *etc.*); vennero immessi sul mercato generi editoriali nuovi, come il libro-inchiesta firmato da grandi giornalisti, e si diffusero i pocket come i già menzionati «Oscar» Mondadori, lanciati in edicola nel 1965 a cadenza prima settimanale e poi mensile. L'avvento dei pocket segnò un cambiamento sostanziale nell'assetto del mercato: la saggistica e la letteratura sperimentale, infatti, rimasero appannaggio delle librerie, mentre nelle edicole approdavano i testi industriali indirizzati a destinatari assai eterogenei per ceto sociale, istruzione, età, interessi. La serialità allora prese, per la prima volta, il sopravvento sull'originalità.

La seconda metà degli anni Sessanta vide la nascita di numerosi nuovi marchi: ad esempio, i milanesi Rusconi e Mazzotta (1968), il palermitano Sellerio (1969), il barese De Donato (1970); oppure le cattoliche EDB (1964), Queriniana (1965) e Jaca Book (1966), che si fecero interpreti delle istanze del Concilio Vaticano II. Nel 1967 si assistette alla liberalizzazione degli studi universitari e nel 1968 alla formazione di movimenti studenteschi e operai che si nutrivano di letture come *Lettera a una professoressa* (1967) di don Lorenzo Milani o *L'uomo a una dimensione* (1967) di Herbert Marcuse, opere-simbolo di quella “cultura alternativa” che si andava diffondendo specie tra i giovani, alimentando una produzione di libri pubblicati da piccoli editori sostenuti da una forte passione ideologica, per i quali la merce-libro era divenuta un vero e proprio strumento di lotta.

Il passaggio dagli anni Sessanta ai Settanta comportò l'interdipendenza tra i vari media editoriali, la preferenza per una lettura estensiva a discapito di una intensiva, l'affermazione dell'informazione e della fiction su giornale, saggistica e romanzo: l'editoria di cultura ne uscì ristrutturata, le piccole case editrici di saggistica scomparvero e si tornò ad apprezzare i classici e la narrativa, specie mitteleuropea e sudamericana (promossa soprattutto da Adelphi, Sellerio, Feltrinelli o Einaudi). Verso la fine degli anni Settanta, si assistette, però, a un arresto produttivo, durante gli anni di piombo e fino al lancio delle tv commerciali; anche i principali quotidiani persero in autonomia (il «Corriere della Sera», ad esempio, passò nel 1974 alla Rizzoli-Montedison), sebbene ne sorgessero di nuovi (come «La Repubblica» di Eugenio Scalfari, nel 1976), specie volti a soddisfare la domanda dei giovani ceti

intellettuali^[18].

Da ricordare, a metà degli anni Settanta, anche il successo di opere di narrativa di ampio respiro come *La storia* di Elsa Morante, edita da Einaudi nel 1974, *Horcynus Orca* di Stefano D'Arrigo (Mondadori) e *Lettera a un bambino mai nato* di Oriana Fallaci (Rizzoli), entrambi del 1975. Di quegli anni furono anche la ristrutturazione degli «Oscar» Mondadori e, nel 1974, il varo della nuova serie della BUR, iniziative che rilanciarono il tascabile, ma nell'ambito del circuito distributivo delle librerie. Nonostante il momento critico attraversato dal settore a partire dal 1976, la fine degli anni Settanta vide letteralmente proliferare un numero cospicuo di nuove case editrici: ad esempio, Il Melangolo, Pratiche, la napoletana Bibliopolis nel 1976; Studio Tesi e La Coccinella nel 1977; le Edizioni e/o nel 1978; Ubulibri e Futuro nel 1979; Giorgio Mondadori, Raffaello Cortina, Fatatrac nel 1980.

La cosiddetta “terza generazione” dell'editoria si fa usualmente coincidere con gli anni Ottanta e Novanta del Novecento, durante i quali si parla di post-moderno e di integrazione dei media verso un sistema di informazione e comunicazione unico, un mondo di flussi perpetui in cui i sensi vengono adoperati in modo sinestetico.

All'inizio degli anni Ottanta, calarono le tirature, i prezzi si impennarono e aumentarono le concentrazioni industriali: scomparvero gli “editori protagonisti” come Arnoldo Mondadori, Valentino Bompiani, Angelo Rizzoli o Giulio Einaudi^[19], ormai sostituiti, nel loro ruolo dirigenziale, da figure di responsabili e amministratori. Solo verso il 1985 il settore iniziò a riprendersi, facendo leva su bestseller e tascabili; sebbene il numero delle aziende aumentasse, le concentrazioni di rilievo (oltre a

qualche casa indipendente come Feltrinelli, Garzanti, il gruppo Giunti, De Agostini, Laterza, Il Mulino) rimasero due: il polo IFIL-FIAT (comprendente «La Stampa», la Rizzoli-Corriere della Sera/RCS, il gruppo Fabbri-Etas-Bompiani-Sonzogno, Adelphi e La Nuova Italia) e il polo Fininvest di Silvio Berlusconi. Alla AME-Mondadori di Formenton, alleata col gruppo Caracciolo-L'Espresso, Giulio Einaudi aveva appena ceduto il controllo della propria casa editrice: il gruppo Mondadori-L'Espresso all'inizio degli anni Ottanta era ancora autonomo, ma gli eredi di Arnoldo, in seguito a problemi finanziari, si erano dovuti rivolgere alla CIR di De Benedetti, appoggiandosi. Dopo la famosa “guerra di Segrate”, esso diveniva proprietà di Berlusconi, ad eccezione della sola società editoriale L'Espresso di De Benedetti e Caracciolo, che continuò a controllare «La Repubblica» di Scalfari, ormai divenuta il secondo quotidiano nazionale dopo il «Corriere della Sera».

Allora oltre un terzo del fatturato complessivo del comparto era coperto dai bestseller prodotti dalle grandi concentrazioni, mentre sopravvivevano alcune microimprese specializzate in settori di nicchia; le novità librerie prendevano il sopravvento sul resto dei cataloghi delle case editrici, stando pochissimo tempo sugli scaffali delle librerie: si puntava, quindi, molto sulla velocità del *turn-over* e sulla visibilità dei volumi prodotti. Adeguandosi al settore dei settimanali, le aziende svilupparono una modalità di gestione verticale, invece che orizzontale (ancora tipica delle piccole e medie imprese): i direttori, infatti, non dialogavano più, come avveniva in passato, con i propri sottoposti. I marchi editoriali persero in riconoscibilità, disorientando i lettori e spingendoli, per alcuni settori specifici, verso editori

più propensi alla sperimentazione (come Adelphi, Sellerio, Teoria, Guanda, e/o).

A partire dagli anni Ottanta, poi, si ebbe un calo delle vendite in edicola (corrispondente al boom della televisione commerciale), a vantaggio di grandi catene di librerie (prima fra tutti Feltrinelli); nonostante aumentassero ancora l'alfabetizzazione e la scolarizzazione, non si registrava un incremento del numero dei lettori. Il tascabile era in crisi, a favore delle novità multimediali, e i bestseller del periodo erano di area extraletteraria (si ricordino almeno i libri di divulgazione filosofica di Luciano De Crescenzo): in edicola, invece, iniziavano ad avere successo le collane di libri-omaggio di bassissima qualità tipografica e a costo ridotto, abbinate ad alcuni quotidiani e settimanali (come «L'Unità» o «L'Espresso»).

La legge per l'editoria del 1981 determinò l'affluire di finanziamenti statali che sostennero alcuni giornali, che si ammodernarono tramite l'introduzione della fotocomposizione e della teletrasmissione via fax. Nonostante il crack di Rizzoli (e la vicenda oscura dei finanziamenti di IOR e P2) e del «Corriere della Sera», le vendite dei quotidiani aumentarono, assieme a quelle di settimanali di attualità e politica come «L'Espresso» e «Panorama» della Mondadori; approfittando della temporanea crisi del suo antagonista, «La Repubblica» si convertì alla formula «*omnibus*», mentre crescevano anche «La Stampa», «Il Sole-24 Ore» e le testate locali. Alla fine degli anni Ottanta, le vendite dei due maggiori quotidiani nazionali si attestarono sulle 800.000 copie, ostacolate in un eventuale ulteriore sviluppo dall'indirizzarsi dei proventi della pubblicità di preferenza verso le reti televisive, in un regime di leggi anti-trust inefficaci o

poco applicate.

Gli anni Ottanta furono caratterizzati anche dal successo internazionale di Umberto Eco e dalla conquista del mercato da parte di scrittori come Susanna Tamaro, Antonio Tabucchi, Andrea De Carlo, Alessandro Baricco, Enrico Brizzi, Enzo Biagi, Aldo Busi, infine Andrea Camilleri *etc.*; tra i super bestseller del periodo, da ricordare García Márquez, Pennac, la Allende, Montalbán o Sepúlveda.

Il calo dei lettori negli anni Novanta fu dovuto sempre (almeno stando alle dichiarazioni dei lettori stessi, intervistati in vari sondaggi) a mancanza di tempo o di abitudine alla lettura, ma nell'ultimo decennio del XX secolo calò anche la tiratura dei quotidiani, specie «La Repubblica» e «Il Giornale», mentre il «Corriere» si manteneva abbastanza stabile. A partire dal 1995-1996 aumentarono di nuovo i fatturati del settore della carta stampata, ma soprattutto grazie alle vendite in edicola e dei prodotti audio/video: i libri veri e propri stagnavano, soprattutto a causa di un certo disinteresse per il linguaggio scritto, anche se, a partire dagli ultimi anni del Novecento, si registrava un nuovo incremento delle vendite nel settore della narrativa.

In risposta al calo dei lettori, tutta la produzione del periodo si “tascabilizzò”: uscirono, infatti, direttamente in tascabile anche le novità, a partire dagli esperimenti dei minitascabili di Stampa Alternativa (i famosi «Millelire») e da quelli della Newton-Compton (1991-1992), per giungere fino ai «Miti» Mondadori (1995) e ai Superpocket Rcs Longanesi (1997).

I titoli ad alta tiratura, dunque, sono stati i protagonisti del mercato editoriale di fine millennio, assieme alle strategie di *restyling* di collana e alla

pratica degli sconti sul prezzo base tipici della grande distribuzione. Gli anni Novanta hanno rappresentato il decennio del dilagare di mercatini, supermercati, remainder, librerie a metà prezzo; e, nell'organizzazione del lavoro editoriale, il decennio della pratica dell'affidamento a soggetti terzi, esterni alla casa editrice, di funzioni e passaggi importanti della filiera del libro.

I possibili autori di bestseller sono stati allora reclutati soprattutto al di fuori dell'istituzione letteraria (si ricordino i casi di *Io speriamo che me la cavo* e di *Volevo i pantaloni*, di Lara Cardella) e negli anni Novanta è dilagata l'informatica, invadendo tutte le fasi del lavoro editoriale, dalla scrittura all'editing, alla vendita diretta via Internet (nel 2004 il 30% delle famiglie italiane aveva un accesso alla rete)^[20]. I primi esperimenti di lavori integralmente digitali sono dovuti, in Italia, a Minerva Italica (1987-1990) e ad Arnoldo Mondadori scuola (1991-1992): il moltiplicarsi dei canali ha segnato la decadenza della centralità della televisione, rilanciando anche la carta stampata come supporto privilegiato per dare corpo a testi ormai immateriali, e ha inaugurato la "quarta generazione" dell'editoria, nella quale il web è divenuto fonte, archivio e ambiente in cui si organizzano le redazioni stesse. Dal 1999 anche la distribuzione ha iniziato a privilegiare i multistore, a discapito delle librerie tradizionali e delle vendite rateali. A partire dal 1998 ha cominciato a fruttare l'editoria dei CD-rom, dal 2000 quella su Internet.

I processi di concentrazione sono stati da allora sempre più orientati verso una progressiva integrazione di informazione, editoria e spettacolo, e caratterizzati dalla prevalenza del capitale finanziario sull'economia industriale; all'inizio del nuovo

millennio le piccole e medie imprese rappresentavano, però, il 90% del totale, il 40% del quale contava meno di 9 addetti per azienda^[21].

È divenuta, ormai, di fondamentale importanza la capacità di trasformare contenuti in prodotti e servizi digitali; per questo, il Lazio è risultato, almeno all'inizio, in vantaggio rispetto alle altre regioni italiane per la maggiore diffusione della connettività in rete nella capitale. La piccola editoria libraria pura, inoltre, è riuscita a rimanere in piedi (specie nel centro-nord) incrementando i titoli prodotti (soprattutto di narrativa, saggistica e varia) e compensando, così, il declino delle tirature e delle vendite medie, nonostante l'aumento dei prezzi, specie dopo il passaggio all'euro, nel 2002.

La strategia delle case editrici, nei primi anni del nuovo millennio, si è sempre più diretta a cercare di catturare il lettore debole e occasionale, irretendolo grazie a sapienti campagne pubblicitarie che coinvolgono tutti i media contemporaneamente.

Il futuro dell'editoria è probabilmente nel print-on-demand, la stampa su richiesta, e nel riutilizzo dei materiali testuali approntati per la rete, o per supporti multimediali vari, in sistemi di e-learning (o insegnamento a distanza): si è, infatti, avviato un processo di passaggio all'editoria su Internet che ha sancito la nascita di riviste e quotidiani on-line, ma ha anche favorito il diffondersi di forme embrionali di editoria scientifica e letteraria sul web, sebbene i supporti attualmente disponibili (come l'e-book) siano ancora non del tutto accessibili e pratici: pertanto, si può prevedere con ragionevole certezza che il libro cartaceo tradizionale (più del giornale e del settimanale) non scomparirà dal mercato in breve tempo^[22].

In tale quadro, gli editori di oggi non sono più

raffrontabili con quelli “protagonisti” del secolo passato, dovendo essere soprattutto dei validi manager, capaci di guidare le proprie imprese gestendo al meglio gli aspetti economico-finanziari delle stesse: per tale motivo André Schiffrin ha potuto parlare di un’«editoria senza editori»^[23], ovvero di un’editoria che punta più sulla realizzazione a breve termine dei profitti che sulla lenta sedimentazione e sulla ponderata costituzione di un catalogo di titoli forti e culturalmente significativi.

Bibliomanie.it

^[1] Cfr. N. Tranfaglia, A. Vittoria, *Storia degli editori italiani*, Roma-Bari, Laterza, 2007; A. Cadioli, G. Vigni, *Storia dell’editoria italiana*, Milano, Editrice Bibliografica, 2004.

^[2] Cfr. B. Richardson, *Stampatori, autori e lettori nell’Italia del Rinascimento* [I ed. 1999], trad. it. di A. Lovisolo, Milano, Silvestre Bonnard, 2009, p. 16.

^[3] Cfr. A. Quondam, *La letteratura in tipografia*, in *Letteratura italiana*, diretta da A. Asor Rosa, vol. II, *Produzione e consumo*, Torino, Einaudi, 1983, pp. 578-587.

^[4] Cfr. E. Garin, *Editori italiani fra Ottocento e Novecento*, Roma-Bari, Laterza, 1991.

^[5] Cfr. G. Ragone, *L’editoria in Italia. Storia e scenari per il XXI secolo*, Napoli, Liguori, 2005, p. 51.

^[6] Cfr. A. Cadioli, G. Vigni, *Storia dell’editoria italiana dall’Unità ad oggi*, Milano, Editrice Bibliografica, 2004, p. 43.

^[7] Cfr. R. Serra, *Le lettere*, introduzione e commento di G. Benvenuti, con i *Frammenti del secondo volume* a cura di L. Weber, Bologna, CLUEB, 2006, p. 61.

^[8] Cfr. A. Cadioli, *Letterati editori*, Milano, Il Saggiatore, 2003.

^[9] Cfr. C. Salaris, *Marinetti editore*, Bologna, il Mulino, 1990.

- [10] Cfr. G. Ragone, *L'editoria in Italia*, cit., p. 53.
- [11] Cfr. E. Decleva, *Mondadori*, Torino, UTET, 1993.
- [12] Cfr. G. Ragone, *L'editoria in Italia*, cit., pp. 54-55.
- [13] Cfr. G. Turi, *Il fascismo e il consenso degli intellettuali*, Bologna, il Mulino, 1980; G. Pedullà, *Gli anni del fascismo: imprenditoria privata e intervento statale*, in *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea* [I ed. 1997], a cura di G. Turi, Milano, Giunti, 2004, pp. 341-382.
- [14] Cfr. G.C. Ferretti, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004.
- [15] Cfr. A. Cadioli, G. Vigni, *Storia dell'editoria italiana dall'Unità ad oggi*, cit., p. 94.
- [16] Cfr. G. Ragone, *L'editoria in Italia*, cit., p. 72.
- [17] Cfr. G.C. Ferretti, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, cit.
- [18] Cfr. P. Murialdi, *La stampa italiana dalla Liberazione alla crisi di fine secolo*, Roma-Bari, Laterza, 1998; Id., *La stampa italiana del neocapitalismo*, Roma-Bari, Laterza, 2001; Id., *Il giornale*, Bologna, il Mulino, 2002.
- [19] Cfr. G.C. Ferretti, *Storia dell'editoria letteraria in Italia*, cit.
- [20] Cfr. G. Ragone, *L'editoria in Italia*, cit., p. 99.
- [21] Ivi, p. 103.
- [22] Cfr. *Storia dell'editoria contemporanea* [I ed. 1997], a cura di G. Turi, Milano, Giunti, 2007.
- [23] Cfr. A. Schiffrin, *Editoria senza editori* [I ed. Paris 1999], trad. it. di A. Salsano, Torino, Bollati Boringhieri, 2000.