

MEDIALIBRO

Tra il 1976 e l'82 il critico e giornalista Heinrich Vormweg si incontra con Heinrich Böll in una serie di conversazioni (Perché la città si è fatta straniera), Editori Riuniti, pag. 151, lire 14.000, che ricostruiscono bene l'area di interessi e di esperienze, letterarie, morali, politiche dello scrittore: modelli di vita e sviluppo economico in Occidente, trasformazione della città moderna, nuovi movimenti giovanili, letteratura del dissenso e letteratura ufficiale in Urss, scrittura come contemporaneità, eccetera. Ne scaturisce, tra l'altro, pur nella vivace articolazione del discorso di Böll, una immagine di coerenza e di interesse intellettuale che è sempre più difficile trovare oggi. Ci sono almeno due pagine che lo dicono con notevole efficacia.

Dichiara dunque Böll: «Per il cuore della scrittura, e anche per la coscienza della scrittura».

Böll: produttivi e opportunisti

GIAN CARLO FERRETTI

ra, un autore è tutto (...) perché uno scrittore in quanto scrittore non può proprio essere un agitatore (...). Ma in quanto pubblicista, in quanto contemporaneo, anche in quanto cittadino cosciente (...) devo naturalmente abbandonare il centro, diciamo così. E devo lavorare eccentricamente come satirico, come pubblicista, come polemista, come pamphletista. Queste gli nell'inquietudine (...) appartengono alla letteratura. Invece si cerca sempre di separare le due cose: pensa a questa ridicola vicenda della ritrattazione nonna di Craxi... Si vorrebbe onorare soltanto il letterato. Ma il letterato è ovunque. È una tipica illusione bor-

ghese quella di voler operare distinzioni in questo campo. Böll in sostanza rifiuta ogni confusione tra scrittore e agitatore, ma rifiuta anche ogni separazione letteraria, distinguendo al tempo stesso tra propaganda e battaglia civile. Un altro senso della complessità della letteratura perciò, comporta anche l'appartenenza ad essa di esperienze che si vorrebbero extraletterarie. Se insomma la letteratura non è propagandistica, l'imprimaturum civile di uno scrittore non è mai estranea alla sua esperienza letteraria. Ogni pretesa in contrario è un atto di mistificazione interessata: con implicazioni generali

fin troppo evidenti. La dichiarazione di Böll fa parte di un'intervista dell'82, e illumina con forza tutta la distanza che passa tra uno scrittore che ha sempre voluto essere tutto e una cerimonia ufficiale che vuole impoverirlo opportunisticamente. Ma come Böll batte contro la separazione mistificatoria di una letteratura che si vorrebbe «neutrale», così egli denunzia ogni forma di condizionamento produttivistico e corporativo della vita di relazione intellettuale. È interessante a questo proposito un'intervista del '77 che, pur riferendosi all'ambiente

letterario di Colonia, richiama ancora una volta situazioni facilmente verificabili altrove, anche in Italia: «Ci si incontra soltanto in occasioni di lavoro, per esempio per un'intervista alla radio o per una tavola rotonda, comunque sempre in occasione di manifestazioni pubbliche. Mai, quasi mai al di fuori del lavoro». Böll aggiunge anzi come sia diventato difficile «far sì che al di fuori del lavoro ci si incontri e si parli di Dio e del mondo e dei figli, e si faccia un po' di chiacchiere inutili, senza avere per forza un contesto di lavoro». La logica produttivistica e corporativa, dice

in sostanza Böll, finisce per riasorbire al suo interno la vita di relazione intellettuale, e per annullare all'esterno ogni forma di comunicazione disinteressata, non professionale, non finalizzata, fecondamente improduttiva. Si può concludere che in queste due pagine Böll coglie due tipiche forme di «neutralizzazione» o amputazione dell'attività intellettuale. Più tradizionale e datata la prima, almeno per l'Italia, dove peraltro le istanze civili sono oggi più dichiarate che praticate dagli scrittori, e dove non mancano invece commissioni equivoche tra letterato ed extralitterario: basta pensare allo scrittore-personaggio, che attraverso i mass-media discetta e profetizza sulle banalità quotidiane e sulle sorti del mondo. Böll moderna e ancora attuale la seconda, che tende ad annullare importanti forme di rapporto libero e personale nella vita intellettuale, e a favorire per contro le piccole tattiche, amicizie strumentali, opportunistiche inimicizie. Ricorrendosi così, quasi direttamente, a quell'equivoco e ossessivo protagonismo.

Anime morte a concorso

CARLO SINI

L'editoria culturale è in crisi. Non è una novità. Forse questa crisi esiste da sempre, poiché si accompagna alla natura della cosa. Va da sé che i fini dell'editoria non possano prescindere da componenti di natura commerciale, mentre la cultura ha in generale tutt'altri fini. Ma la situazione attuale è però caratterizzata da aspetti sui quali merita di riflettere. Anzitutto essa non sembra potersi più giovare, come in un recente passato, dell'incremento di interesse verso la saggiistica, il quale in certo modo rimane, ma non è sufficiente a produrre risultati benefici. E poi certe isole felici, nelle quali l'interesse commerciale si coniugava con l'alto valore culturale della produzione, appaiono oggi sempre meno ripetibili o difendibili. Perché ciò accade? Quali le ragioni?

Si vuole rispondere che vi è ormai una sproporzione incalcolabile tra costi e ricavi: stampare un libro di cultura e affiarlo con tutta l'organizzazione aziendale a ciò necessaria costa troppo rispetto alle reali possibilità di vendita di un prodotto così raffinato e fatalmente per pochi. Vi è certo del vero in questa osservazione, ma il problema non è tutto qui. Bisogna aggiungere altri fattori, uno dei quali è sicuramente l'inflazione selvaggia della produzione culturale: migliaia di titoli molti dei quali, bisogna dirlo francamente, superflui. Un prodotto raffinato, cioè, in questo caso, elevato, si salva solo se il gusto del pubblico non è irrimediabilmente corrotto da prodotti mediocri, quando non addirittura deteriorati. Qui è da vedere una responsabilità diretta di coloro che si sogliono chiamare «operatori culturali», dentro e fuori il mondo dell'editoria (che comprende le pagine culturali dei giornali, la radio, la televisione e simili).

Conseguenza più o meno diretta di questa congiuntura artificiale del prodotto culturale è l'enorme problema della distribuzione libraria: in Italia si stampano moltissimi libri di argomento culturale, ma solo pochissimi raggiungono le librerie e quindi il pubblico. Di questi pochissimi solo un'infima minoranza evita una presenza in libreria da meteorico, cioè quasi praticamente inutile ai fini della conoscenza e della vendita. Come ha osservato giustamente Eco, un tempo per impedire il successo di un libro bastava parlarne male, cioè opporgli una motivata «stroncatura». Oggi invece basta tacere. Se nessuno ne parla (non importa più se bene o male), il libro muore da sé. In pratica è come se non fosse stato scritto.

Da tutto ciò derivano ulteriori circoli viziosi perversi. Molti di quelli che un tempo erano editori di cultura si sono trasformati in stampatori a pagamento: l'autore, o un ente pubblico che dispone di pubblici fondi per le «pubblicazioni», paga tutte le spese, magari e talora con un margine «ragionevole» per lo stampatore, il quale, conseguentemente, non si preoccupa affatto e neppure di distribuirlo il libro, sia perché questa è un'operazione difficilissima e costosa, sia perché comunque la distribuzione pura e semplice non garantisce un adeguato compenso. Altra conseguenza perversa: l'editore che rischia in proprio prega l'autore di non scrivere libri «troppo intelligenti» (questa circostanza non è affatto un parto morboso della mia fantasia). Oppure si rivolge esclusivamente a quei pochi autori che sono molto noti o molto potenti.

Stando così le cose, sempre più difficile è per un giovane pubblicare. La ricerca è certo protetta dai fondi relativi nelle università, che stampano infatti valanghe di libri da presentare ai concorsi. Ma poiché in Italia, per varie ragioni, non esiste e non è facile che esista, stante l'attuale legislazione in merito, un'editoria universitaria (una «Oxford University Press» o una «Cambridge University Press», per fare due altissimi esempi, uno inglese e uno americano), i libri stampati dall'accademia non hanno reale circolazione: essi nascono già morti, come libri, e terminano la loro vita nei giudici delle commissioni concorsuali. Il che fatalmente ne abbassa l'originalità e la qualità.

Ma poi è tutta la cultura che viene trascinata in basso. Nessuno è più in grado di seguire la massodionica produzione culturale di questo o quel settore, poiché tutti, anche gli specialisti, sono in vario misura dipendenti dall'industria informativa della cultura di massa. Ma l'informazione che non deriva è fatalmente rozza, prepotente e, molto spesso, del tutto incompetente. Che siano gli intralazzi dei giornali o i desideri degli editori a determinare il tono della cultura, il tenore e il contenuto dei libri, le mode degli autori e simili, è certamente il modo peggiore possibile per «informare» e per «educare» i potenziali lettori. Una volta ancora, queste determinazioni irresponsabili si riverberano sui giovani, sulle loro scelte, sulle loro idee e convinzioni e sui giudizi di valore che ne derivano. Viene da piangere a pensarci. E se non piangi, di che piangerai?

Rimandati in lettere

I nostri atenei, in vario modo, si sono fatti editori. Ci sono esperienze coraggiose e originali. Ma le leggi del mercato premiano la «cultura d'impresa». Per questo nascerà la «University press Bocconi»...

VANJA FERRETTI

D entro l'università si studia e si fa ricerca: ma dove va a finire tutto questo sapere? Circola, scavalcando molte frontiere, anche quelle che una volta si chiamavano «cortine di ferro». Ma circola a livelli strategici, in percorsi rievolutissimi da università a università: ben poche briciole di questo permanente banchetto culturale vanno a sfamare il bisogno di sapere o di aggiornamento dei lettori comuni. Qualcuno potrà prendersela con l'aristocratico isolamento che s'addice da sempre al mondo universitario: in realtà c'è molto di più e di più complesso. Ci sono le leggi del mercato della lettura che puntano al pubblico più vasto possibile e quindi antepongono la «commercibilità» di un libro al suo valore culturale e innovativo. C'è una diffusione della cultura di massa che preferisce ancora esercitarsi sulle immagini televisive piuttosto che sulle pagine scritte. C'è, soprattutto, un solco che si sta approfondendo tra cultura umanistica e materie economiche finanziarie: mentre la prima circola solo tra élites (o tutt'al più in «dignitatis spiegati al popolo»), le seconde vedono un vero e proprio boom che si afferma anche sul piano editoriale: le nuove professioni del terziario si aggiornano individualmente su documenti e ricerche firmati dalle università e le aziende ottimizzano l'apporto del loro personale grazie a corsi gestiti da università o da docenti universitari «in privato». Esiste dunque un flusso di notizie dall'università alla società: ma si tratta di un flusso privilegiato che riguarda alcune discipline e ne taglia decisamente fuori altre.

Accanto al rapporto università/società ce n'è un altro che produce effetti notevoli dal punto di vista editoriale: è quello del rapporto università/studenti. Uno studente spende in media 150-200 mila lire in libri per esame e, per laurearsi, deve sostenerne almeno 20. Come si vede si tratta di milioni di copie e, quindi, di un mercato tra i più fiorenti e garantiti che vale miliardi. Chi se lo spartisce? Una parte va ad alcune grandi case editrici (Laterza, Einaudi, Zanichelli, Franco Angeli per fare qualche esempio) che arricchiscono i loro cataloghi di titoli adottati come testi d'esame in diversi atenei; un'altra parte va a piccole case editrici specializzate (Piccin, Patron, Mierva Medica per fare altri esempi), rivolte esclusivamente all'uso universitario e delle professioni interessate. C'è infine la parte più incontrollabile e in crescita: quella

delle librerie universitarie che stampano dispense e pre-libri che durano la breve vita di un anno accademico, in tiratura magari limitatissima, stile «usa e getta» una volta dato l'esame. Ecco i canali attraverso i quali si diffonde (o forse sarebbe meglio dire si «diaprende») il sapere universitario. Accanto a questi protagonisti tradizionali si è inserita da qualche anno l'esperienza originale e interessante delle cooperative universitarie milanesi consorziate nell'Unicopli, di cui riteriamo qui accanto. Ma il panorama generale resta caratterizzato da percorsi obbligati: i docenti di chiara fama, con legami consolidati con l'industria editoriale, e depositari di un sapere scientifico «immediatamente produttivo» hanno un solo, vero problema: quello di avere sottomano un numero sufficiente di ricercatori giovani e capaci per rifornire di testi un mercato editoriale assai ri-

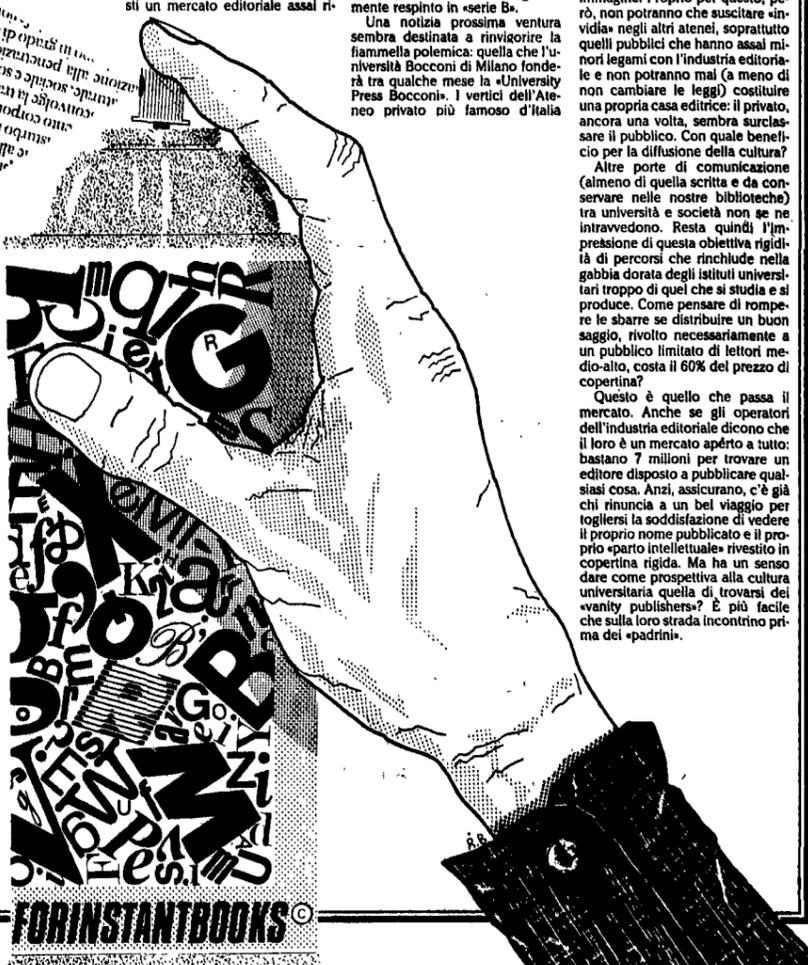
cettivo e in crescita. I docenti di materie umanistiche non sufficientemente «addecento» nelle conoscenze industriali (e sono la stragrande maggioranza) possono sì stampare, presso le collane d'istituto, ma sapendo che arriveranno solo nelle biblioteche di qualche altra università. C'è chi si accontenta e costruisce su queste pubblicazioni a circolazione semi-clandestina fiorenti carriere universitarie; ma c'è anche chi vive con malessere questa «esclusione» dal grande circuito culturale e si sente ingiustamente respinto in serie B. Una notizia prossima ventura sembra destinata a rinvigorire la fiammella polemica: quella che l'università Bocconi di Milano fonderà tra qualche mese la «University Press Bocconi». I vertici dell'Ateneo privato più famoso d'Italia

hanno quasi deciso di dare un'altra mano di prestigio alla loro immagine riproducendo la classica editrice di università sul modello anglosassone. I «bocconiani» non hanno problemi di sbocco sul mercato editoriale, anzi sono ricercatissimi come autori e gestori di corsi aziendali, le loro riviste e collane già edite da grandi editori vanno a gonfie vele anche dal punto di vista del ricavo commerciale. La loro scelta di «mettersi in proprio» risponde quindi ad esclusivi criteri di immagine. Proprio per questo, però, non potranno che suscitare invidia negli altri atenei, soprattutto quelli pubblici che hanno assai minori legami con l'industria editoriale e non potranno mai (a meno di non cambiare le leggi) costituire una propria casa editrice: il privato, ancora una volta, sembra surclassare il pubblico. Con quale beneficio della diffusione della cultura? Altre porte di comunicazione (almeno di quella scritta e da conservare nelle nostre biblioteche) tra università e società non se ne intravedono. Resta quindi l'impressione di questa obiettiva rigidità di percorsi che rinchioda nella gabbia dorata degli istituti universitari troppo di quel che si studia e si produce. Come pensare di rompere le sbarre se distribuire un buon saggio, rivolto necessariamente a un pubblico limitato di lettori medio-alto, costa il 60% del prezzo di copertina?

Questo è quello che passa il mercato. Anche se gli operatori dell'industria editoriale dicono che il loro è un mercato aperto a tutto: bastano 7 milioni per trovare un editore disposto a pubblicare qualsiasi cosa. Anzi, assicurano, c'è già chi rinuncia a un bel viaggio per togliersi la soddisfazione di vedere il proprio nome pubblicato e il proprio «parto intellettuale» rivestito in copertina rigida. Ma ha un senso dare come prospettiva alla cultura universitaria quella di trovarsi dei «vanity publishers»? E più facile che sulla loro strada incontrino prima dei «padrini».

Se agli inizi degli anni 80 questo programma suonava decisamente come una scommessa, ora si può parlare di una scelta solida e vincente. Il catalogo Unicopli presenta 700 titoli (con un ritmo di circa cento nuovi all'anno) suddivisi in 32 collane, il fatturato ha toccato quasi il mezzo, la distribuzione raggiunge i dintorni di tutte le università italiane. L'editoria è avviata non solo con tutti gli atenei milanesi, con Parma, Padova, Ancona e presenta puntate anche in centri universitari europei. Accanto a testi ormai diventati «classici d'esame» si sviluppano iniziative nuove, come quella che l'Unicopli sta preparando in un'ottica multidisciplinare e di sociologia della musica sul pop.

La strategia ambiziosa annunciata qualche anno fa dimostra dunque di avere abbastanza fiato da spendere sul mercato e di possedere quella agilità aziendale che consente di misurarsi anche con l'innovazione (porta la targa dell'Unicopli, ad esempio, quel progetto «libri» di gestione informatica delle librerie che sta riscuotendo i consensi di molti libri presidi). «A Milano - dice Desiderio Dell'Orto, presidente delle Cooperative culturali della Lega - abbiamo incontrato un contesto capace di consentire il mantenimento delle spinte iniziali e di accogliere professionalità e l'ingresso nell'editoria vera e propria».



E loro s'avventurano nei Quaderni

PATRIZIO PAGANIN

Dopo le grandi, infiammate discussioni degli anni Sessanta intorno ai problemi cruciali dell'architettura e dell'urbanistica, che privilegiavano la dimensione sociale, sacrificando volutamente, sotto l'urgenza di una trasformazione della società, la dimensione estetica del problema progettuale, dopo le infiammate discussioni degli anni Settanta, dunque, la tensione ideale è andata via affievolendosi in quasi a scomparire del tutto. Si accompagna a ciò il degrado del panorama dell'architettura contemporanea, mentre ognuno si ritrae dentro la propria nicchia ecologica, sia essa la propria cattedra universitaria o il proprio tavolo da disegno o, infine, la propria rivista.

Eppure qualcosa sembra muoversi dentro il mondo universitario, dove con sempre maggiore frequenza nascono riviste di varia o di

dipartimento che tendono ad aprirsi verso l'esterno, a non essere più mera dispensa od ermetico bollettino scientifico. Il Dipartimento di progettazione dell'architettura del Politecnico di Milano stampa, dal 1984 con cadenza annuale, *QD* ovvero Quaderni del Dipartimento, che, sotto la nuova direzione di Lodovico Meneghetti, professore ordinario di Urbanistica, si è di recente trasformata in una rivista quadrimestrale, acquistabile anche presso le librerie specializzate. Il numero 4, rinnovato fin nella veste grafica, ideata da Franco Origo e Anna Steiner, è stato stampato nel mese di marzo dalla Clup (Cooperativa libraria universitaria del Politecnico).

Che cosa sia *QD* lo chiediamo direttamente a Meneghetti.

«È innanzitutto una «non-rivista», proprio nel senso che non è una rivista di tendenza, come lo sono invece tutte le altre riviste attual-

mente sul mercato. È uno strumento aperto, che rappresenta non solo la varietà delle forze culturali di un Dipartimento così numeroso come il nostro, ma che darà spazio sia ai docenti di altri Dipartimenti del Politecnico o addirittura di altri atenei, che a professionisti esterni. Lo scopo fondamentale è quello di uscire dal chiuso mondo accademico, la cui produzione si limitava a tempo a bollettini scientifici di altissima levatura, ma di ristrettissima circolazione interna, cercando, senza entrare in concorrenza con le riviste esterne, di instaurare un dibattito ed un confronto sul piano delle idee, lanciando un ponte verso quei settori, segnata l'«Ente pubblico e la scuola, che potrebbero così usufruire di un proficuo punto di riferimento per il loro lavoro».

Proprio per corrispondere meglio a questi obiettivi è cambiata anche la struttura della

rivista, che ha abbandonato la forma monografica dei tre numeri precedenti, articolandosi in quattro sezioni: Saggiistica, Rassegna, Ricerca e Didattica.

«Se nella prima sezione prendono posto saggi veri e propri o contributi teorici che devono essere contrassegnati, come nell'introduzione, «dall'impossibilità di trasferire il testo stesso su qualsiasi rivista di architettura del mercato esterno», nella quarta, denominata «Didattica» - che è quella che più mi preme qui sottolineare, insieme alla prima - vengono presentati i progetti che riguardano sia tesi di laurea che prodotti conclusivi dei diversi anni di corso. Lo scopo è anche quello di far vedere che la didattica vera, pesante, che richiede sacrificio al docente e allo studente, com'è giusto, in quanto l'università non è la scuola del-

l'obbligo». Nell'orazione editoriale tentata da Meneghetti è evidente una forte componente illuministica, che si manifesta anche nel desiderio e nella voglia di ricercare le radici perdute (perdute sotto il florilegio inconsistente ed effimero del postmodernismo), ma ancora vitali, del Movimento Moderno, quanto meno la sua lezione morale. «Be», attenzione - spiega Meneghetti - solo quel quanto di illuminismo che ritengo indispensabile ed inevitabile quando si parla di idee e di progetto. Il messaggio ideale, che lancio continuamente agli studenti, è quello di crearsi un'asticciola che unisca il cervello al cuore. *Ritiro*, dunque, ma anche sentimento, come avviene nel Brunelleschi o nei grandi maestri del Razionalismo, dove questa questione del rapporto ragione-sentimento, che poi è il rapporto uomo-natura, è sempre presente».