



BARBIELLINI AMIDEI

## Assegnati i premi giornalistici

■ Nello scenario della Fortezza Pisana di Marciana all'Isola d'Elba sono stati proclamati i vincitori del «Premio Giornalistico Gaspare Barbiellini Amidei». Il Premio, sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica, è rivolto ai giovani impegnati nella professione (sotto i 35 anni) per incoraggiare un giornalismo libero, innovativo e di qualità. Il tema di questa nona edizione era: «Questa strana famiglia tra crisi

e conferme: amore, figli, valori, educazione e aiuto». Alla serata sono intervenuti come ospiti: Isabella Bossi Fedrigotti, editorialista del «Corriere della Sera», la giornalista e scrittrice Marida Lombardo Pijola, Andrea Vianello, editorialista di Tg2 Rai. Nel corso della serata, aperta da Federico Barbiellini Amidei del Comitato Promotore e chiusa dal sindaco di Marciana Anna Bulgaresi, sono stati premiati i giovani vincitori: per la

Sezione carta stampata e nuovi media, Lidia Baratta, 30 anni, per l'articolo «Più figli per tutti. Perché crollano le adozioni nel Paese delle famiglie», Pagina 99; per la Sezione radio e televisione, Laura Corsi, 32 anni, per il servizio televisivo «I bambini di Chernobyl», Rai News24. Ai vincitori, oltre al premio, è stata consegnata una targa (foto) che riproduce un'opera inedita di Pietro Consagra, intitolata «Elba».

# CULTURA

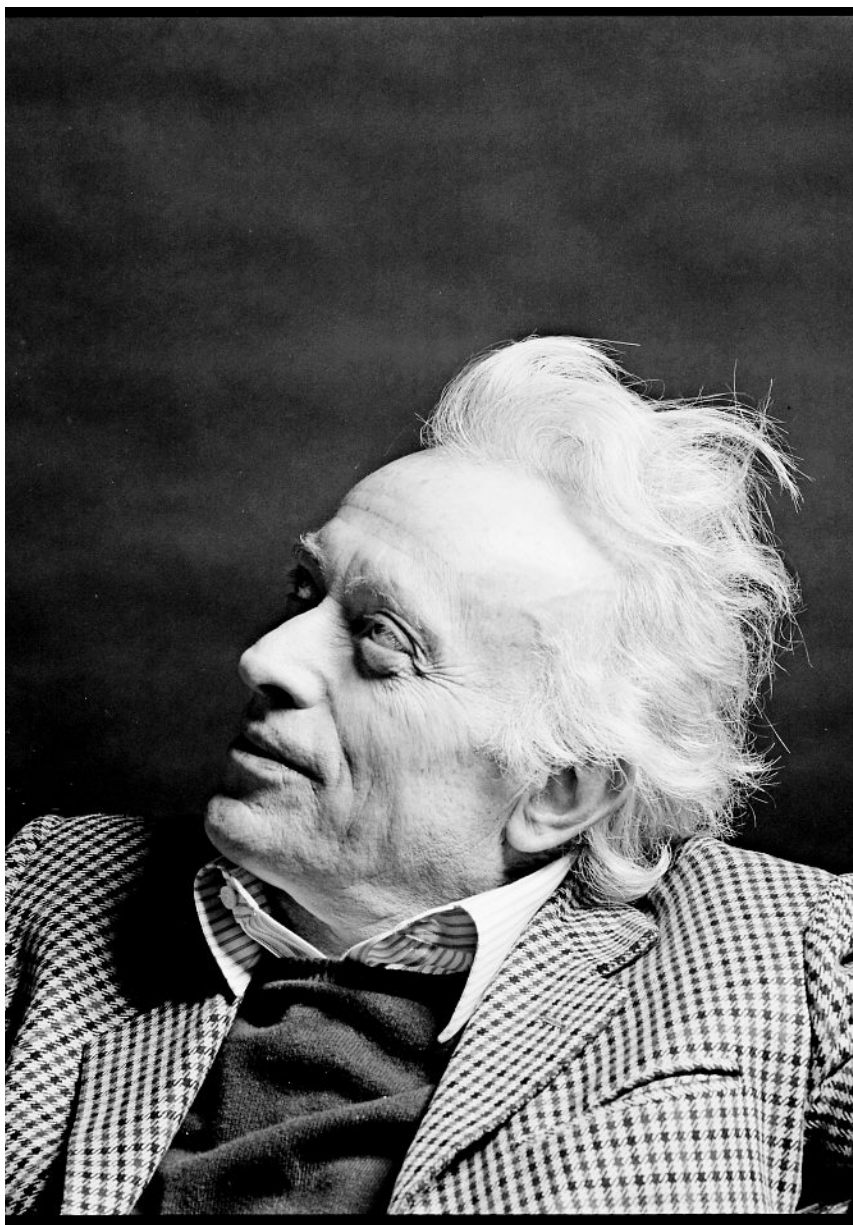
Novità

## Il ruolo culturale di Giulio Einaudi

### Un libro sulla personalità del fondatore della casa editrice torinese

GIANNI OLIVA

■ Da tempo ormai la storia dell'editoria è parte integrante di una storia che tende sempre meno a riconoscersi come generale. Le case editrici, quelle per intendersi che non sono alimentate solo da prodotti commerciali e di consumo, sono organizzazioni complesse che perseguono un programma specifico e settoriale per un pubblico adeguato. La storia culturale dell'Otto-Novecento italiano è in gran parte ripercorribile attraverso l'attività di editori come Treves, Laterza, Mondadori, Carabba, Vallecchi, Garzanti, per citarne solo alcuni. In questo quadro non poteva mancare l'Einaudi, fondata nel 1933 da Giulio Einaudi, figlio di Luigi, secondo presidente della Repubblica italiana. Dal padre Giulio ereditò non solo l'amore per il libro come oggetto e strumento di diffusione del sapere, ma anche - scrive Paolo Soddu - «l'abilità contadina necessaria a fare crescere e maturare il libro (...), la piena coscienza di volere aspirare a formare il Paese, di imprimergli un segno in accordo coi tempi e con le culture che andavano consolidandosi nell'Italia immersa nell'Europa postbellica». Un denso volume promosso dalla Fondazione Luigi Einaudi raccoglie gli atti di un convegno (*Giulio Einaudi nell'editoria di cultura del Novecento italiano*, a cura di Paolo Soddu, Firenze, Olschki, pp. 405) tenutosi in occasione del centenario della nascita di Giulio Einaudi. Il libro contiene relazioni importanti sulla figura e la personalità del fondatore, vero e proprio dominatore dell'azienda, sui suoi principali collaboratori e sul loro ruolo nella casa editrice (Leone Ginzburg, Vittorini, Calvino, Raniero Panzieri, Giulio Bollati, Paolo Borinighieri), sulle relazioni commerciali e culturali con personalità come Raffaele Mattioli, vero e proprio finanziatore «inapparente», prima e dopo la fondazione della Ricciardi. Questo aspetto merita qualche riflessione se



L'IDEATORE Giulio Einaudi fondò la casa editrice nel 1933. (Foto © Mulas)

si pensa come un banchiere e finanziere del rango di Mattioli avesse a cuore le sorti della cultura come mezzo di elevazione della società civile. Il suo mecenatismo contrasta contro l'asettica, sterile visione odier-

na della produttività intesa solo come cinico profitto. Mattioli, occorre ricordarlo, è stato l'ideatore e direttore, insieme a Pietro Pancrazi, della più grande e monumentale collezione di classici, «La Letteratura italia-

na. Storia e Testi». Con essa dava man forte all'idea che il binomio produzione-consumo è inefficace se limitato a ciò che si intende comunemente per utile; come anche se nel concetto di «crescita» del Paese, oggi tanto richiamato, non si annovera anche la formazione della persona, di una classe dirigente colta che possa attenuare la de-civilizzazione nella quale è precipitata la società contemporanea. Non a caso molti anni dopo, nel 1976, a sottolineare l'intesa con Mattioli (scomparso nel 1973), l'Einaudi riproporrà in edizione economica alcuni titoli della collezione Ricciardi. L'Einaudi nacque in un periodo critico per lo sviluppo di idee democratiche e per questo lo stesso Giulio subì l'esilio. La sua forza organizzativa però riuscì pian piano a venir fuori dall'angustia e a crearsi una «larga utenza di vocazione umanistica» (Spinazzola), con l'obiettivo di formare le classi dirigenti italiane.

Non sono pochi i meriti della casa torinese che col tempo si liberò dell'etichetta di casa editrice di partito per svolgere un'intensa attività che ne rafforzava l'immagine di riferimento non solo per lettori di sinistra. Tuttavia, i grandi progetti del fondatore dovettero progressivamente fare i conti con i dati economici e con l'aspetto sempre più industriale dell'editoria. Le strategie all'interno dell'Einaudi si posero obiettivi e priorità differenti rispetto al passato: non più una politica centrata sull'autore bensì la predilezione di un concetto di libro che garantisse nei limiti del possibile successi copiosi ed immediati. Tutto ciò conduce la casa torinese a una forte crisi identitaria, tant'è vero che nei decenni successivi si aprì una collaborazione con la francese Gallimard per proporre sul mercato italiano le celebri edizioni della *Pléiade*. In anni recenti, infine, a partire dal 1994, l'Einaudi entrò a far parte del gruppo Mondadori snaturando in parte la sua natura originaria.

LO STRUZZO

## Le origini di un logo fortunato

■ Come affermò Norberto Bobbio: «È uno struzzo, quello di Einaudi, che non ha mai messo la testa sotto la sabbia». Il logo della casa editrice è talmente conosciuto da passare inosservato, tuttavia lo struzzo nell'ovale è tecnicamente e storicamente una «impresa».

Con questo termine si allude ad una immagine accompagnata da un motto che creano un unico concetto, espresso dalla dialettica tra parola e immagine. Come teorizza Paolo Giovio nel suo trattato «Dialogo delle imprese militari et amorose» (1574), motto e immagine sono corrispettivamente anima e corpo di un *unicum*. Il genere delle imprese e degli emblemi trova la sua massima espressione in epoca rinascimentale con una enorme fioritura di trattati e raccolte, sia enciclopediche sia di approfondimento filosofico permettendo, ad esempio, una riflessione sul rapporto tra l'arte della pittura e quella della poesia, tema altamente dibattuto all'epoca.

È proprio in uno di questi trattati, anzi, nel primo e più importante di questi, che troviamo lo struzzo dell'Einaudi. Si tratta dell'opera di Monsignor Paolo Giovio che raccoglie le «imprese» che lui stesso ideava su commissione per i signori e i capitani della Corte, tra cui compare quella per Girolamo Mattei Romano, che aveva chiesto un emblema il cui significato esprimesse il valore di chi smaltisce un'ingiuria (in questo caso, la vendetta compiuta per l'uccisione del fratello). Giovio decide di disegnare, appunto, uno struzzo dal portamento fiero e quasi militaresco, sovrastato dalla frase «spiritus durissima coquit», ovvero «lo spirito digerisce le cose più dure». L'Einaudi, iscritta alla Camera di Commercio di Torino dal 1933, nacque dunque in anni in cui il clima culturale castrato dal fascismo rendeva faticosa, ma non impossibile l'esistere di coscienze e conoscenze libere, come conferma appunto il caso della Giulio Einaudi editore. Nel 2000, in occasione della fiera di Francoforte, è stato presentato un nuovo struzzo d'artista realizzato da Giulio Paolini.

L'ANTRO DI SCURO MOLTAMORTE

SCEGLIERE STORIE DIVERGENTI E DI QUALITÀ

(Foto © Beatrice Fornara)



Per gli schifosi peli della mia barbaccia, stiamo galoppando come dei cavalli verso il fondo dell'antro! Cioè, fuor di metafora, siamo giunti alla penultima puntata. La volta scorsa vi ho parlato dell'albo illustrato come risorsa formidabile per far nascere il piacere di leggere nei giovani lettori. Oggi aggiungo un tassello (il settimo) al mosaico dei miei suggerimenti; ed è un tassello che si affianca al precedente: va bene partire dagli albi illustrati, ma devono essere libri di qualità e preferibilmente divergenti.

Su che cosa sia la qualità non credo che vi siano molti dubbi. Le storie devono essere ben scritte, non banali, con una grande ricchezza lessicale e con un testo in perfetto equilibrio con le immagini. Sulla ricchezza e la varietà delle parole, mi limito a ricordarvi che i giovani lettori le assorbono come spugne, ne hanno un bisogno assoluto. La loro

mente si sta formando e più parole riescono a immettervi dentro, più saranno in futuro liberi di pensare. Se hanno poche parole, il pensiero risulterà rachitico, atrofizzato. Dunque non preoccupatevi se le storie vi sembrano un po' difficili per il vostro giovane pubblico: le difficoltà servono per destare le menti. Per questo, non adattate il testo d'autore, non modificalo, non semplificalo! Ogni ostacolo, anche una sola parola è un'occasione per riflettere, per parlare e per apprendere!

Su che cosa sia un libro divergente, invece, è lecito che abbiate qualche dubbio: che cosa vorrà mai dire il vostro Scuro Moltamorte quando usa l'aggettivo «divergente» associato a «libro»? Ebbene, per me questa è una parolina magica: divergente vuol dire che non va come te l'aspetti, che sovverte le tue attese, che introduce una variazione in uno schema che sembrava consueto e dun-

que ti sorprende. Può essere un andamento inatteso della struttura narrativa (ti aspetti che la storia continui, e invece finisce all'improvviso, e sei tu che devi immaginare la conclusione); un finale ben lontano dai cliché di genere, non lieto, non hollywoodiano; una questione formale, come un uso del tutto nuovo delle immagini o del loro rapporto con il testo (ad esempio, le immagini che dicono il contrario del testo sono sempre un ottimo espediente per destare l'attenzione); un rovesciamento del punto di vista; oppure la divergenza può essere nel tema, che può uscire dai canoni abituali. E tanto altro ancora. Insomma, perché caldeggi l'uso di storie divergenti? Sicuramente perché attivano una reazione in chi legge o ascolta, molto più che le narrazioni tranquillizzanti alla Peppa Pig, che si risolvono sempre con grasse risate e rotolamenti per terra, e alla Masha e Orso,

che prevedono invariabilmente la serena rassegnazione del plantigrado di fronte a quella piccola lagna dalla voce perforante. D'accordo, magari storie così non tranquillizzano. Magari non forniscono risposte. Ma è proprio questa la loro grande virtù: spalancano porte, invece che chiuderle. E la realtà spesso non è fatta di orsetti e confetti. Dunque ben vengano quelle storie nelle quali ci si può anche perdere, perché l'importante è andare alla ricerca di qualcosa, senza trovare risposte preconfezionate per farci star buoni.

Un bell'esempio di storia divergente, ideale per discutere e per riflettere? «Una strana creatura nel mio armadio» di Mercer Mayer (*Kalandraka*, 2015). Perché a volte anche le grandi paure vanno prese di petto, magari per scoprire che in fondo non erano così grandi o che sono loro ad aver timore di noi.