

gine l'“apprestatore” dei pubblici spettacoli e giochi, in breve il moderno creatore di un evento culturale,¹ allora la narrazione autobiografica che Jason Epstein dischiude al lettore rappresenta un esempio luminoso di quello che potremmo definire un caso felice di imprenditoria umanista. Scandito in sette capitoli dalla titolazione evocativa, *Book business. Publishing past present and future* (New York, Norton, 2001), questo il titolo originale, trae la sua origine da un ciclo di conferenze tenute presso la New York Public Library nell'ottobre 1999 per iniziativa del Center for Scholars and Writers newyorkese, e che in seguito il presidente della W.W. Norton, Drake McFeely, sollecitò perché fossero ampliate e pubblicate. Il libro è occasione per l'illuminista-conservatore Epstein, come lui stesso si definisce, di ripercorrere attraverso la sua testimonianza biografica mezzo secolo di storia dell'industria editoriale americana e dei suoi protagonisti, tracciando al contempo un primo bilancio sulla vitalità potenziale e futura di un settore produttivo non poco segnato sia dall'impatto pervasivo delle nuove tecnologie sia dai profondi mutamenti occorsi nei decenni scorsi nel contesto socioculturale americano.

Classe 1930, educato e “contagiato” dal clima di “euforia letteraria” di cui godeva la Columbia University negli anni postbellici, Jason Epstein narra dell'incontro quasi casuale con il mondo dell'editoria avvenuto agli inizi degli anni Cinquanta a New York, dapprima come *editor* presso Doubleday, azienda capofila nella vendita per corrispondenza che

“in un certo senso prefigurava le costrizioni dell'industria iperrazionalizzata di oggi”; poi, a partire dal 1958, come direttore di produzione presso la Random House (ora del gruppo Bertelsmann) di Bennet Cerf e Donald Klopfer, leggendari e primi editori di William Faulkner come del nostro Italo Calvino. E se è vero che occasione di uscita da Doubleday fu l'increscioso episodio del gran rifiuto da parte dell'allora direttore di pubblicare la nabokoviana *Lolita*,² il cui manoscritto era stato consegnato a Epstein dal critico, poi amico, Edmund Wilson con cui di lì a pochi anni condividerà il progetto della collana dei classici della letteratura americana Library of America,³ è vero anche che tra quelle pareti consumò un'esperienza formativa cruciale: “la scoperta che la letteratura come tutte le religioni può essere anche un business”. Il riferimento è

alla creazione, nel 1956, della prima collana di tascabili di qualità Anchor Books, il cui fine precipuo consisteva nel garantire “l'accesso alla letteratura mondiale a un ragionevole prezzo” nella convinzione che la prima missione dell'editore sia provvedere al “necessario materiale di lettura”. La ricchezza di titoli autorevoli nel catalogo unitamente alla cura dell'aspetto formale nella scelta di materiali di qualità e nell'attenzione estetica del formato avrebbero contribuito non poco al successo editoriale degli Anchor Books e alla loro durata nel tempo, suggellando in tal senso la nascita dell'aristocrazia *paperback*. Ma accanto a casi d'impresa esemplari, come le appena menzionate collane Anchor Books e Library of America, l'avventura intellettuale cavalcata insieme al poeta e amico Robert Lowell della tuttora vitalissima “New York Review of

Jason Epstein

Il futuro di un mestiere. Libri reali e libri virtuali

Milano, Edizioni Sylvestre
Bonnard, 2001, p. 121

Se il processo del “dare, mettere fuori”, nelle varianti di “dare alla luce, mettere al mondo, partorire” e di “produrre; dare fuori uno scritto, pubblicare”, proprio della radice etimologica dell'aggettivo *edito* [lat. *edere* composto di *ex* “fuori” e *dare*] da cui i derivati sostantivali *editore(m)* e *edizione(m)*, dove *editore(m)*, da intendersi come colui che produce, crea un fatto, era in ori-



Books”,⁴ concepita durante il grande sciopero dei lavoratori del “New York Times” nel 1962, e da ultimo il *Reader’s catalog*, ovvero l’intuizione di una libreria universale virtuale che già prefigurava il presente di Amazon.com, nato dal libero conversare con lo scienziato MIT Norbert Wiener, teorico dell’informazione, visionario e preconizzatore del futuro interconnesso del web, nonché autore del bestseller *Cybernetics*⁵ (suo pure il neologismo), crediamo che il punto di maggiore interesse per il lettore possa essere rappresentato dalla rivisitazione storiografica e dalla personale visione che Epstein rivolge al futuro dell’editoria e al suo prodotto per eccellenza, il libro, nello scenario digitale attuale. Analizziamo di seguito i passaggi a nostro avviso più significativi.

Il ritratto dell’editoria degli anni Cinquanta restituisce il senso di appartenenza, tra editore, redattore e autore, proprio di una comunità dove comune è anche il legame intrattenuto con il luogo, la *casa* editrice, antro materno che ospita, protegge e nutre la crescita dei suoi autori e insieme ad essi delle loro opere. L’insieme delle parti è ritenuto dagli ospiti-gestori della casa il *bene* più prezioso, incarnandone individualità, ragione d’essere e sopravvivenza. Il bene è il catalogo. La fecondità, quindi la durata del bene nel tempo, è dato dal sottile (sovente precario) equilibrio che all’interno del catalogo si viene a creare tra l’effimero del titolo meglio venduto in un dato contingente e il permanente del capo d’opera, ovvero di quel titolo-oggetto destinato a perdurare nel tempo. La variabile riposa

proprio nella potenziale transitorietà del cosiddetto *bestseller*, nel senso che non è possibile escludere a priori il suo passaggio alla categoria dei titoli permanenti. La temporalità del titolo, quindi la sua sopravvivenza nel catalogo (e il valore del catalogo dipende anche da questo), non può inoltre prescindere dalla sua disponibilità sul mercato, quindi dalla sua permanenza nei luoghi deputati alla distribuzione, durata che è andata notevolmente accorciandosi nel tempo, a motivo del progressivo mutamento della concentrazione demografica nel territorio e con esso del conseguente spostamento dei nodi di distribuzione commerciale dalle classiche e variegate librerie urbane all’uniformità degli ipermercati dei centri commerciali suburbani e delle catene librerie. La perdita di connettività con la propria comunità di lettori, laddove è la comunità dei lettori a contribuire al mantenimento del catalogo editoriale così come a consentire la sua disponibilità in veste plurale nella collezione della libreria; la perdita della propria identità di *casa* nella fusione indistinta delle macro conglomerate dei decenni Settanta-Ottanta del secolo scorso; la perdita della propria missione e vocazione, nella recisione di quel legame sodale e di discezione selettiva ad un tempo che lega l’autore, l’editore e il lettore nel delicato processo grazie al quale l’opera si fa libro; la conseguente accentuazione enfatica sull’aspetto, in precedenza secondario, della promozione attraverso la progressiva spettacolarizzazione dell’autore-personaggio nei canali mediatici, rappresentano alcune delle

molte facce del declino editoriale, declino che si è trovato a coincidere con l’avvento rivoluzionario del World Wide Web. Ed è proprio nel web e nelle nuove tecnologie che Epstein ripone la maggiore fiducia e la controriposta alla crisi dell’editoria, laddove ogni componente della filiera si manifesta secondo modalità inedite foriere del nuovo paradigma culturale. Nel contatto immediato che il lettore può intrattenere con l’autore nel presente a-temporale del web, l’autore edita se stesso. Non ci sembra possibile esimersi tuttavia, in un simile sistema di relazioni riconfigurate, dall’interrogarsi sull’identità dell’autore e del lettore, così come sull’impatto che la tecnologia digitale sta avendo sui processi comunicativi di scrittura e di lettura. Impossibile inoltre è prevedere le modalità di riformulazione del canone editoriale. Al tempo stesso è grazie alla capacità dell’infrastruttura tecnologica che il passato *bene* del catalogo editoriale sta assumendo nuova vita. Allo sguardo visionario di Epstein, esso appare come una sorta di catalogo universale dove ogni titolo è libro a stampa in potenza, *anytime* e *anywhere*, a seconda della domanda del lettore, e dove “l’editoria libreria potrà così tornare a essere un’industria a conduzione familiare di unità creative diversificate e autonome: o almeno c’è, oggi, motivo di crederlo” (p. 121), e noi rispondiamo lasciando l’alternativa dell’interrogativo aperto: ottimismo utopico o realistica visione?

Cristina Bettella

Biblioteca del Dipartimento
di filosofia
Università degli studi di Padova
cristina.bettella@unipd.it

Note

¹ Cfr. la voce “edito” in MANLIO CORTELLAZZO – PAOLO ZOLLI, *DELLI. Dizionario etimologico della lingua italiana*, 2ª edizione in volume unico, a cura di Manlio Cortellazzo e Michele A. Cortellazzo, Bologna, Zanichelli, 1999, p. 506.

² La vicenda è narrata nel terzo capitolo “Illusioni perdute”, p. 54-69.

³ Il sogno di Edmund Wilson di una sorta di Pléiade americana dove i testi dovevano apparire impeccabilmente completi, senza note né introduzione e in forma di volumi “bassi, tarchiati e ben fatti” tali da entrare nella tasca di un impermeabile, a motivo di un’assurda resistenza da parte della filologia accademica si sarebbe avverato venticinque anni dopo, a metà degli anni Ottanta, grazie all’intervento del presidente della Fondazione Ford presso la National Endowment for the Humanities.

⁴ Cfr. il quinto capitolo “Guerra di culture”, p. 81-89.

⁵ NORBERT WIENER, *Cybernetics*, New York, J. Wiley, 1948 (trad. it. *La cibernetica*, Milano, Bompiani, 1953).