

Due case editrici che hanno fatto la storia della cultura italiana

GIUSEPPE LATERZA
Editore

La presentazione del volume *La rosa dei Barbèra* offre l'occasione di un confronto tra le vicende dell'editore fiorentino e quelle di Laterza

La storia della casa editrice Barbèra, ricostruita in questo libro,¹ è straordinariamente interessante. Una storia lunga e travagliata, in cui le vicende nazionali e locali si intrecciano con le personalità diverse che dirigono l'impresa fiorentina. Per chi di mestiere fa l'editore e per di più lavora in un'azienda legata da quattro generazioni alla propria famiglia è inevitabile partire dalle differenze.

Prima di tutto quella geografica, dato che Barbèra lega il suo destino a Firenze, capoluogo culturale di tutta la storia italiana, e Laterza a Bari, un centro del Sud che solo in questo dopoguerra diviene città di riferimento, almeno per la sua regione. Ma c'è anche una rilevante differenza di cronologia: Barbèra nasce come attività tipografica nel 1854 per diventare subito dopo, con la "Collezione gialla", editrice. Laterza nasce invece come cartoleria nel 1885 e diventa editore – dopo essere stato anche tipografo e libraio – solo nel 1901, cioè quasi mezzo secolo dopo.

Queste due differenze si riverberano peraltro in una più significativa dal punto di vista del catalogo: Barbèra – come dice Sergio Giunti nella sua intervista in appendice al volume – "ha sempre avuto una impostazione anti idealistica per la presenza della Scuola storica del Carducci e per l'attenzione sempre data alla scienza, alla geografia, alle opere giuridiche e ai manuali agrari, oltre che alle opere letterarie". Laterza, invece, sotto l'influenza dominante di Benedetto Croce, nel primo cinquantennio della sua vita ha dato alla sua produzione una impronta prevalentemente idealistica, con opere soprattutto di filosofia e storia.



I figli di Gaspero Barbèra, Luigi, Piero e Gino, accanto al busto di gesso del padre (anni Dieci del Novecento)

Barbèra concentra la sua attività tutta su Firenze – salvo brevi parentesi "opportunistiche" a Roma – mentre Giovanni Laterza, appena avverte l'esigenza di dare alla sua produzione fisionomia nazionale, si reca a Napoli per incontrare Croce e nel secondo dopoguerra apre una sede a Roma, che negli anni diventa il polo di riferimento per la parte saggistica e universitaria dell'attività editoriale.

Ma ci sono anche alcune significative somiglianze tra la vicenda dei Barbèra e quella dei Laterza: le umili origini, la dedizione al lavoro, le collane dei classici, la manualistica scolastica.

Ma la somiglianza di impostazione più importante è quella che Gaspero Barbèra condensa in una frase di mirabile semplicità, quando nel manifesto della casa editrice datato 10 novembre 1854 scrive: “Consideriamo l’arte nostra qualcosa più d’un traffico”. L’ambizione della casa, cioè, fin dai suoi inizi, è di “contribuire al decoro delle Italiane Lettere” (in maiuscolo nel testo). Una impostazione che negli anni si chiarirà sempre di più in un senso insieme pedagogico e politico. Da un lato Barbèra vuole contribuire all’innalzamento della cultura degli italiani, che ai suoi tempi erano perlopiù analfabeti, dall’altro vuole trasmettere ai suoi compatrioti i valori del Risorgimento liberale, quelli che ispirano ad esempio Massimo D’Azeglio e le scelte della “Collezione gialla”. Le due cose si fondono nella produzione scolastica, che rimarrà negli anni la spina dorsale della casa editrice e nella riproposta dei classici, a partire da quelli della “Collezione Diamante”, scelti con Carducci. Come scrive assai bene Milva Maria

Cappellini, Gaspero beneficia e interpreta magistralmente una congiuntura straordinaria per Firenze: una “felice combinazione di elementi culturali ed economici: la tradizione linguistica e letteraria più prestigiosa d’Italia, l’esperienza recente dell’assolutismo illuminato, l’attività di un gruppo di intellettuali moderati – Gino Capponi, Giovan Piero Vieusseux e altri – con orientamenti pragmatici e interessi pedagogici”. Per quanto in una lettera del 1854 al Tommaseo Gaspero scriva che “la politica non è materia per noi” (p. 29), in realtà fa politica – se vogliamo politica culturale – per tutta la sua vita: basterebbe citare il suo impegno nel fondare e gestire un giornale come “La Nazione” a partire dal 1859 per renderlo evidente. E lo stesso mi pare si possa dire per il figlio Piero, il quale non solo pratica ma proclama la missione pubblica dell’editore, legando – come scrive assai bene sempre la Cappellini (p. 119) – “le fortune commerciali dell’editoria al più ampio sviluppo dell’attività intellettuale del paese”.

La rosa dei Barbèra

La famiglia di editori Barbèra ha costruito meticolosamente la memoria, anche bibliografica, della propria casa editrice sulla quale, anche in anni recenti, sono state pubblicate importanti ricerche di livello accademico. Mancava, in questo ampio contesto di studi specifici su singole collezioni o sugli scritti autobiografici dei protagonisti, la ricostruzione di una storia complessiva dell’attività editoriale che nasce in pieno Risorgimento e perdura, in altra forma, ancora oggi. Come sostiene Paolo Galluzzi nella presentazione al volume *La rosa dei Barbèra*,¹ il libro “colma una lacuna importante”, resa ancora più significativa dall’importanza dei testi e dei valori propugnati dalla casa editrice sin dal 1854, anno della sua fondazione. Il volume non potrà non interessare particolarmente i lettori di questa rivista perché è frutto di uno studio attento sulle fonti primarie bibliografiche e documentarie conservate *in primis* presso l’Archivio storico della casa editrice Giunti e la Biblioteca nazionale centrale di Firenze. Non è un libro per soli specialisti, si può leggere anche d’un fiato, oltre le dotte note, il ricco apparato iconografico, gli indici e la bibliografia di riferimento, per immergersi in una storia d’Italia dall’Unità ad oggi, narrata dal punto di vista di una delle maggiori imprese editoriali che il nostro paese ha visto nascere ed evolversi.

“La vita di un editore è la storia delle sue edizioni”, scriveva il fondatore Gaspero Barbèra nelle sue *Memorie di un editore* (pubblicate per la prima volta nel 1883) e il volume, con un andamento cronologico ben distinto in due parti, descrive,



con diversa sensibilità autoriale, le tappe di una storia che non è solo storia dell’editoria, ma Storia d’Italia, con la esse maiuscola. Artefice della nascita e della fortuna dell’impresa editoriale è stato l’*homo faber* Gaspero, nato a Torino nel 1818 da una modesta famiglia di commercianti. L’ansia di cultura e il clima relativamente tollerante della Toscana granducale lo condussero a Firenze e nel 1841 iniziò una proficua collaborazione con l’editore Felice Le Monnier presso cui videro le stampe i volumi della collana “Biblioteca Nazionale” cui fu importante il contributo dello stesso Gaspero. Il fecondo apprendistato non poteva che portare il nostro, con aiuti finanziari esterni, a provarsi in un’attività editoriale autonoma: nel 1854 infatti Gaspero lasciò Le Monnier per mettersi in proprio. La lettura della letteratura del *self help*, in particolare dell’*Autobiography and other writings* di Benjamin Franklin – nell’edizione di Edimburgo del 1820, un *longseller* proposto in traduzione da Barbèra fino al 1954 – gli aveva donato la giusta sicurezza dell’uomo “fatto da sé”.

In un rapido susseguirsi di anni e di edizioni, vide la luce la collana “Collezione Gialla”, presso cui fu pubblicato nel 1855 il primo titolo *Il supplizio di un italiano a Corfù* di Niccolò Tommaseo. Sul frontespizio comparve per la prima volta l’emblemma editoriale della rosa e dell’ape che la curatrice Carla Ida Salvati ha voluto come richiamo poetico nel titolo del volume. Nell’anno successivo la neonata “Collezione Diamante”, raffinata nel formato e nei caratteri tipografici, accolse i testi dei padri letterari della Patria nascente, tra cui Dante, Petrarca, Tasso, curati da un giovane Carducci. Non mancò l’impegno per la nuova scuola, soprattutto rivolto alle classi secondarie, e la “Collezione Scolastica” accolse testi che pro-

Uno sviluppo che richiede di coniugare – come dice Sergio Giunti – “cultura dall’alto e cultura dal basso”, l’edizione nazionale delle opere di Galilei e la collana del *self help* che si apre con il titolo “parlante” *Volere è potere* di Michele Lessona, che reca in copertina le parole d’ordine “Mentre il volgo s’indugia sgomento / segui tu la difficile via / chi conosce ed afferra il momento / non ha prova che dura gli sia”. (Questa duplice ambizione di Gaspero e Piero Barbèra, peraltro, mi pare perfettamente rispecchiata nell’opera di Renato e poi di Sergio Giunti, nella loro capacità di tenere insieme l’edizione dei Codici di Leonardo e la produzione editoriale di guide e manuali pratici che oggi troviamo ad esempio nella grande catena libraria delle “Giunti al punto”). Non c’è contraddizione nella storia dei Barbèra tra la definizione di una missione culturale e il pragmatismo delle loro scelte gestionali e commerciali. Come quella, ad esempio, di farsi stampatori di un “libretto” dedicato alla

muovevano la lingua toscana su scala nazionale. Sul versante scolastico Barbèra non era solo, ma doveva dividere il sicuro e redditizio mercato con altri “fiorentini”: la Libreria Editrice Paggi, specializzata in volumi per la scuola elementare, e Le Monnier, con proposte più variegata per ordine e grado. L’etica del lavoro e il pieno appoggio alle istanze risorgimentali furono le eredità che Gaspero trasmise ai suoi figli, in particolare a Piero, il primogenito destinato a reggere le redini della casa editrice, che affiancò il padre ancor prima della morte avvenuta nel 1880. Siamo al tramonto dell’Ottocento, il mercato si differenzia e si allarga (si pensi che nel 1883 esce per la prima volta alle stampe per l’editore Paggi il celeberrimo Pincocchio) e la Barbèra rispose con un aumento della produzione del 40%. Il colto e raffinato Piero rimase ancorato alla tradizione letteraria del padre ma rafforzò la produzione scolastica che vide nel *Manuale della letteratura italiana* di Alessandro D’Ancona e Orazio Bacci (1892) un successo destinato a perdurare fino alla riforma Gentile del 1923. La particolare attenzione che Piero dedicò al mondo delle biblioteche e alla cura bibliografica non sono certo ignote ai bibliotecari, ma vale la pena ricordare ad un più ampio pubblico che nel 1897 fece tradurre per la prima volta le tavole classificatrici di Melvil Dewey e promosse, anche a livello internazionale, l’idea di biblioteche circolanti basate sul servizio postale. Piero si ritirò dall’attività editoriale nel 1920 e, dopo la morte del fratello secondogenito Luigi, rimase alla direzione della ditta l’ultimo figlio maschio di Gaspero, Gino. Fedele al nuovo regime fascista, si impegnò per il rinnovamento del catalogo scolastico creando “L’Italica”, una collana che proponeva nuovi testi per la scuola della riforma Gentile.

Nel 1932 la Barbèra è in gravi difficoltà, viene trasformata in società anonima e l’influenza di Gino va sempre più affie-

Medicina dei padri di famiglia di Girolamo Pagliano, che celebra la prodigiosa efficacia del famoso Sciroppo Pagliano, così famoso (e ben venduto) da essere addirittura “cantato in versi, esistendo un poema in ottava rima intitolato *La Paglianeide*” (p. 44). Leggendo dello sciroppo Pagliano, tra l’altro, mi sono ricordato della scoperta da me fatta nel 1985, in occasione della mostra per i cento anni della nostra azienda, che almeno fino alla seconda guerra mondiale era l’attività tipografica a sostenere economicamente quella editoriale. O, per dirla più concretamente, la stampa delle etichette dell’olio pugliese provvedeva i mezzi per la stampa delle opere di Benedetto Croce...

Cosa ci insegna la storia dei Barbèra? In un mondo editoriale attraversato negli ultimi decenni da grandi trasformazioni culturali, commerciali, industriali e tecnologiche c’è qualcosa da imparare da una storia iniziata più di un secolo e mezzo fa, cioè ancor prima che l’Italia si unisse in una sola nazione?

volendosi. Con questa data si apre la seconda parte del volume, la più innovativa perché indaga un periodo meno studiato che può essere un utile punto di riflessione per nuove ricerche. Riemergono da un ingiustificato oblio come figure di mediatori editoriali i nomi di Guido Mazzoni, professore universitario e senatore del regno, e Filippo Tedeschi, editore romano e creatore del Museo Barberiano, destinato a raccogliere i cimeli della casa editrice. Nonostante l’indubbio apporto di personalità di spicco nel dopoguerra, il rinnovamento apparve molto difficile e, dopo varie vicissitudini, la vicenda della Barbèra si concluse con il fallimento del 1959. Renato Giunti nel 1960 acquistò i beni materiali e immateriali della cessata società: consentì in tal modo alla gloriosa casa editrice una nuova vita seppure sotto diversa forma e soprattutto riuscì ad ancorarla alla città d’origine. Il marchio Barbèra è ancor oggi legato alle opere di alta cultura, in particolare all’Edizione Nazionale delle Opere di Galileo Galilei, stampata già sotto la guida di Piero, e a quella, ideata nel 1971, dei Manoscritti e dei Disegni di Leonardo da Vinci. Questa però è storia recente, anzi presente, di cui speriamo di leggere una prossima altrettanto documentata puntata relativa al nuovo millennio.

LUCIA CAPPELLI

Università degli studi di Firenze
lucia.cappelli@unifi.it

NOTE

¹ MILVA MARIA CAPPELLINI - ALDO CECCONI - PAOLO FABRIZIO IACUZZI, *La rosa dei Barbèra. Editori a Firenze dal Risorgimento ai Codici di Leonardo*, a cura di Carla Ida Salviati, presentazione di Paolo Galluzzi, Firenze, Giunti, 2012, p. 284, ISBN 978-88-09-77087-4, € 19,00.

Mi sembra che la lettura di questo libro così ricco e articolato ci consenta di imparare diverse cose.

Prima di tutto che nel lavoro dell'editore è essenziale coniugare ambizione culturale a capacità imprenditoriale. Quest'ultima è fatta anche di continua sperimentazione, che non implica però negare la tradizione. I Barbèra provano ad esempio a più riprese a lanciarsi nella narrativa: in particolare con la collana delle "Opere di amena letteratura", che propone romanzi e novelle "destinate - scrive la Cappellini - a un pubblico medio", e che ospita opere di Fucini, Pratesi, Serao, Verga. La collana non ha il successo sperato e non regge la competizione con gli editori commerciali milanesi come Treves, in grado di mobilitare risorse maggiori per i compensi agli autori e la pubblicità (questo mi ricorda qualcosa di oggi...). Piero Barbèra decide di abbandonare l'impresa e si concentra su ciò che pare più coerente con il suo marchio, continuando comunque a innovare, perché sa che nessun marchio, per quanto illustre, regge senza innovazione (come mi ha insegnato mio padre, "rivoluzionario" dell'ortodossia crociana e per questo a lungo guardato con sospetto dai fedelissimi del filosofo abruzzese).

La storia dei Barbèra ci insegna inoltre che la promozione di una sigla editoriale si fa con la rielaborazione continua della sua storia, come fanno sia Gaspero sia Piero, non solo nelle rispettive memorie autobiografiche.

E ci insegna ancora che la grafica è importante ma per un editore "civile" non deve prevalere sui contenuti (anche in questo c'è somiglianza con Laterza). In una nota alle *Memorie* di Gaspero i figli scrivono che "non ebbe mai l'ambizione delle stampe di gran lusso e quindi di gran prezzo; intendendo la missione educatrice della tipografia, ebbe di mira sempre il buon mercato e si studiò di dare all'Italia libri utili, stampati con nitidezza, scrupolosamente corretti, ma senza quello sfarzo e quelle ricercatezze, che son ninnoli, diceva egli, da "modiste", mostrandosi ambizioso di giovare alle persone che vogliono istruirsi ed educarsi, non di

compiacere ai capricci di qualche bibliomane, che ama i libri solo per la forma e li tiene gelosamente chiusi negli eleganti scaffali per paura di sguaiarli servendosene" (p. 31). Un passo di grande efficacia, che andrebbe forse diffuso anche presso alcuni bibliotecari che della cultura si fanno più *guardiens* che *passeurs*, per riprendere una suggestiva definizione di Pennac.

Gaspero Barbèra combatte anche in questo modo quel carattere elitario della cultura italiana che spesso ha costruito con le lettere e i libri più argini che ponti, più steccati che "piazze del sapere"... Lo fa con coraggio e insieme con realismo, costruendo una fitta rete di relazioni con il potere economico e politico, che non diviene mai per lui, come per il figlio Piero, motivo di dipendenza ideologica. Quando questa arriva, con la gestione prona al fascismo di Gino, forse non a caso la casa editrice declina anche economicamente, perché perde qualcosa che è essenziale insieme per la sua fisionomia intellettuale e per una sana gestione aziendale.

Negli anni abbiamo spesso contrapposto editori "commerciali", giudicabili solo per le vendite e i profitti, a editori "di cultura", la cui produzione invece sarebbe da valutare solo su un piano squisitamente intellettuale, dovendosi sottrarre a ogni logica grettamente economica. Lo abbiamo visto teorizzare a proposito di un editore

italiano prestigioso ma imprudente come Einaudi o affermare direttamente da un editore americano "impegnato" come André Schriffin.

Questa teoria non mi convince. Credo che la bontà di un progetto culturale si debba giudicare sempre tenendo insieme il profilo economico e la qualità delle pubblicazioni. L'impresa editoriale - a me pare come ogni altra impresa - è buona o cattiva semplicemente se fa buoni prodotti e li vende bene. Questo naturalmente non vuol dire che non possa capitare il caso di non vendere bene un buon libro. Oppure - ma è più difficile se ci si sta attenti - di sbagliare nel giudizio sulla qualità di un libro e pubblicare un brutto e mediocre volume, vendendo-



Fotografia con dedica autografa di Cavour: "A Gaspero Barbèra, fiorentino, piemontese: italiano!"



Il laboratorio di legatoria della Barbèra ai primi del Novecento, in un servizio fotografico realizzato dai fratelli Alinari

ne magari tante copie. Ma il progetto editoriale nel suo insieme e nel tempo ha valore se i libri mantengono la loro qualità critica e pedagogica, se non invecchiano nello spazio di qualche mese e se raggiungono un numero di lettori sufficiente a pagare i costi dell'impresa.

In tempi in cui il mercato editoriale attraversa forse la peggiore crisi dal dopoguerra, queste considerazioni sono particolarmente ardue da mettere in pratica, soprattutto per una casa editrice indipendente, che non ha alle spalle le risorse di un grande gruppo multimediale. Ma tanto più in una fase così dura e di smarrimento delle visioni del mondo dei nostri padri e dei nostri nonni, è utile ricordare quanto scrisse Gaspero Barbèra in quella lettera a Tommaseo già sopra citata: "Aniché stampare opere disparate giova grandemente a un editore scegliersi una via e percorrerla con ordine e disegno fatto prima".

Non è facile; anzi, è sempre più difficile; ma bisogna provarci. La lettura della *Rosa dei Barbèra* ci offre stimoli intellettuali a seguire questa via.

NOTE

Il presente contributo costituisce la relazione dell'autore in occasione della presentazione del saggio La rosa dei Barbèra, che si è svolta a Roma presso la Biblioteca del Quirinale il 20 novembre 2012.

¹ MILVA MARIA CAPPELLINI - ALDO CECCONI - PAOLO FABRIZIO IACUZZI, *La rosa dei Barbèra. Editori a Firenze dal Risorgimento ai Codici di Leonardo*, a cura di Carla Ida Salviati, presentazione di Paolo Galluzzi, Firenze, Giunti, 2012.

DOI: 10.3302/0392-8586-201301-055-1

ABSTRACT

The publisher Giuseppe Laterza, reviewing a recent book on the history of the Italian publishing house Barbèra (established in Florence in 1854), takes the opportunity to make a comparison with the history of Laterza, one of the most prestigious Italian publishing companies. He also suggests some interesting remarks on publishing work in the past and in present times.