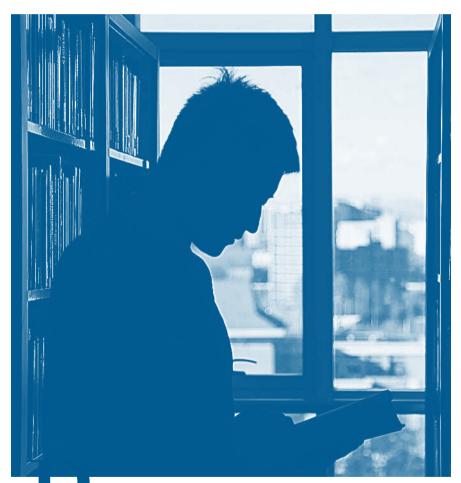


Le Chiese che non ci sono più

L'editoria religiosa secondo Paolo Repetti



aolo Repetti,¹ qualche settimana fa *Repubblica* titolava «Gesù e Maria, perfetti per vendere». La notizia era che la Corte europea per i diritti dell'uomo legittimava l'uso dei simboli religiosi in pubblicità. Il caso era proprio l'uso di Gesù e Maria per una campagna promozionale (cf. anche *Regno-att.* 4,2018,83).

 $-\dot{E}\cos{i}$? Il sacro tira in editoria?

«Non c'è dubbio che da 10 anni lo spartiacque fra editoria religiosa ed editoria laica sia più sfumato e che siano aumentati i lettori di libri religiosi. È nata un'esigenza nuova di un lettore nuovo e in questa l'editore laico si è accomodato. Il crollo delle due "Chiese", il Partito comunista e la Democrazia cristiana, ha privato la società di due importanti

agenzie pedagogiche capaci di leggere la realtà e di produrre senso e valori e ha lasciato il posto a un politeismo della politica dentro uno spazio enorme di richiesta di senso.

Avevano anche una funzione pedagogica importante, oltre che politica. Poi ci sono temi nuovi, come il fine-vita, la procreazione assistita, la crescita dei fondamentalismi. Sono temi di confine fra religione e politica dove però la politica non riesce ad arrivare. E allora si cerca nella spiritualità intesa in senso lato».

- Un nuovo interesse teologico?

«Direi una saggistica "sentimentalespirituale". Che risponde alla richiesta di orientamento. Ho l'impressione che siano diminuiti i temi teologici fondamentali e sia aumentata una specie di spiritualità sparpagliata che diluisce il cattolicesimo nel grande mare di una spiritualità indifferenziata. Poi ci sono anche elementi legati al mercato puro e cioè il successo di singoli libri ad argomento religioso. Ma l'interesse teologico sta dentro questo "innamoramento" per la spiritualità in generale.

Il fenomeno non è positivo in sé perché mette tutto insieme, anche il libriccino che regala risposte semplicistiche a domande complesse. Dentro tutto questo c'è anche l'aspetto teologico ma è indotto da questa generale grande ricerca di spiritualità in senso molto ampio».

Dio non è più un interesse di settore

 La collana «Stile libero» nasce nel 1996. È la collana «birichina» di Einaudi, trasversale per generi e temi. Ma non pubblica libri d'argomento religioso fino al 2011. Prima c'è Moni Ovadia, vostro ibri del mese

La migrazione di autori religiosi a editori laici.



Nostra elaborazione su dati AIE 2016.

autore sin dall'inizio, poi troviamo le lettere di Flannery O'Connor, e anche un libro militante come Dio non è grande di Christopher Hitchens, dove la religione è il male dei mali. Nel 2011 esce Ave Mary di Michela Murgia e poi Dov'è Dio, un saggio con quattro preti per autori, Ciani, Gallo, Panizza e Rigoldi.

«Moni Ovadia è un amico di sempre e per lui pubblicare i suoi lavori con noi è stato naturale. Non c'è stato un progetto. Abbiamo chiesto di pubblicare *Ave Mary* in "Stile libero" per dare al libro un taglio più *pop*. In Einaudi i saggi avrebbero avuto un altro titolo e un'altra storia. È stata una scelta di *marketing* editoriale. *Dov'è Dio?* è nato da una riflessione con Severino Cesari. Si è pensato che Dio non fosse un tema di settore ma più ampio, adatto anche al lettore laico che è quello di "Stile libero". Abbiamo seguito un interesse che c'era già».

- Non con «Stile libero» ma sempre con Einaudi Enzo Bianchi ha pubblicato dal 2006 12 libri. Prima aveva sempre pubblicato con editrici religiose. È come se in Einaudi avesse trovato casa. C'è un grafico dell'Associazione italiana editori (AIE, cf. qui sopra) che mostra le «migrazioni» degli autori cattolici alle editrici laiche. Perché se ne vanno?

«L'autore religioso vive il passaggio alla grande editoria come a un mondo con lacci minori. Si apre a un lettore di varia. È come se uscisse da un ghetto buono e protetto per andare su un mare largo. E poi... gli editori laici pagano di più».

— L'editoria laica come grande editoria, lei dice. Ma l'editoria religiosa e in particolare quella cattolica è difficile pensarla come piccola editoria. In Italia ha avuto un mercato enorme. Carlo Maria Martini è stato per almeno un decennio l'autore più venduto in assoluto. L'editoria religiosa in generale ha tenuto meglio di quella laica in questi anni di crisi dei libri. Fino al 2011 è addirittura cresciuta, poi è calata molto meno del mercato in generale... (cf. anche Regno-Annale 2015-2016, 125ss.).

«Aveva una capacità di penetrazione nel mercato di tipo molecolare e aveva anche un mercato protetto. Le persone religiose compravano i suoi libri e li trovavano in tutti gli ambienti che frequentavano e anche fuori: nelle parrocchie, nelle librerie religiose, presenti in tutte le città».

– Dal 2013 il crollo degli editori religiosi. Che ora è molto più grave rispetto a quello del mercato del libro in generale: -8,30% le editrici cattoliche nel 2016, rispetto al mercato che ha registrato un -0,26%. Cos'è successo?

«L'esodo di moltissimi autori alle editrici laiche. Si sono portati dietro i lettori e ne hanno catturati di nuovi. La caduta d'interesse del lettore religioso per gli argomenti specialistici e l'apertura verso un mondo di spiritualità di confine. La sua Chiesa non c'è più e si guarda intorno. E un'editoria religiosa che non ha ripensato se stessa nemmeno in termini commerciali».

 Ripensare se stessa o giocare la carta delle aggregazioni, come ha fatto l'editoria laica?

«Non è un problema tecnico di aggregazioni. Capita in editoria esattamente quel che capita per il mercato del lavoro. Bisogna ripensare il fondamento della propria missione editoriale. L'aggregazione è un tema strumentale: crea sinergie e risparmi di spesa ma non crea nuovi lettori. Serve ad affrontare un periodo di crisi. Allunga il tempo di tenuta

ma bisogna trovare idee nuove, da questo non si scappa».

I mercati (un tempo) garantiti e il papa *pop*

-E il fatto che il prezzo medio del libro d'argomento religioso sia per gli editori cattolici 6,96 €, cioè meno della metà di quello degli editori laici, non aiuta perché?

«Nel mondo di oggi nessuna casa editrice può reggere con prezzi così. È fuori mercato. Un'editoria che non sta sul mercato con le regole del mercato non ha speranza di resistere. Il dramma è l'ovvietà dei gesti e dei pensieri con cui questi editori fanno editoria. È una sorta di editoria di stato. Con i loro mercati garantiti. Si siedono sulle garanzie, vivono di rendita. Ma nel lavoro editoriale devono accadere cose, bisogna fare errori e si deve imparare. Si deve stare sul mercato con le proprie forze. Si deve provare e inventare».

– Questo ripensamento l'editoria laica lo sta facendo?

«L'editoria laica ha sempre dovuto stare sul mercato e reinventarsi. In questo momento di crisi si muove sul breve termine, affacciata sul medio termine. Schiacciati dal presente. Non è una buona cosa ma questo è un problema epocale. Oggi a tutti i livelli si agisce in termini di stimolo-risposta e non di programmazione culturale sul futuro che ha avuto per molto tempo l'editoria del Dopoguerra. È una caratteristica dell'editoria come dell'epoca. Tutto è gesto e non pensiero».

- Paolo Repetti, «Stile libero» ha pubblicato anche un vescovo, Dionigi Tettamanzi, due donne di spiritualità, Madre Ignazia Angelini e Antonella Lumini. In questo momento pubblica libri d'argomento religioso per assecondare il mercato o per crearlo?

«Un po' e un po'. A metà strada. Si percepisce un interesse maggiore, un allargamento dei temi che catturano i nostri lettori e poi noi creiamo nuovi lettori».

- E i papi? Giovanni Paolo II ha preferito editrici religiose. Papa Francesco è un vortice: Castelvecchi, Newton Compton, Dehoniane, Rizzoli, S. Paolo...

«Il primo libro di papa Francesco è stato pubblicato in 25 lingue. Ha avuto un'attenzione mediatica immensa. I di-



ritti di quel libro hanno dato ossigeno agli editori di tutto il mondo. È un fenomeno d'"intermediazione editoriale". Ha funzionato la simbolizzazione di una figura: il papa icona *pop.* Parla direttamente il papa e il pubblico s'avvicina a lui come farebbe con un feticcio.

In questo successo dei libri del papa non c'è un vero progetto religioso. E un fenomeno di dis-intermediazione teologica. È venuta meno completamente la mediazione culturale e gioca un ruolo determinante l'identificazione con la persona ma così salta il pensiero. È un fenomeno generale della nostra società che nella Chiesa cattolica significa il venir meno della mediazione della teologia. Pur bello, profondo, importante per la Chiesa, il discorso di Ratisbona di papa Ratzinger è difficile da leggere. Anche se lui è un teologo immenso, leggerlo è impegnativo. Con papa Francesco salta la mediazione».

Cercare e crearsi i propri lettori

- Ripercorrendo il catalogo «Stile libero» si vede che molti grossi successi sono stati di «autori di un solo libro». Che poi non hanno scritto più nulla né di successo né di interessante. Non ricordo niente di simile nell'editoria religiosa.

«Vero. "Stile libero" ha una quindicina di autori che scrivono per noi con regolarità. Ma poi pubblichiamo anche quando sappiamo che il libro intercetta un interesse del momento, un tema che può attirare, anche se sappiamo che non si tratta di una voce nuova.

L'editoria religiosa questo non lo sa fare eppure si tratta non solo di stare sul mercato anche grazie a questi libri, si tratta pure di corrispondere a una richiesta dei lettori, del momento. Poi il lettore che ha letto quel libro tiene d'occhio il tema, uguale o simile. E torna in libreria».

– Del resto sono spesso romanzi, questi grandi successi singoli. E l'editoria religiosa non c'è proprio sul mercato con i romanzi.

«Sì. Un lettore laico non andrebbe mai a cercare un romanzo da un editore religioso. L'editoria cattolica non ha ancora credibilità sul lettore di letteratura. Vale un pregiudizio d'appartenenza. Se lo scrittore pubblica c'è l'idea che pubblichi in modo condizionato ma soprattutto bisogna dire che se si vuole creare un mercato sulla letteratura bisogna conquistarselo con credibilità e perseveranza, trovando autori nuovi da imporre in modo continuativo, non sporadico.

Attualmente per questa ragione nemmeno il lettore religioso cerca un romanzo sugli scaffali di un editore religioso».

- Severino Cesari diceva spesso che ogni libro è un libro. Perché non funziona con l'editoria religiosa?

«Ma non voleva dire che non esiste l'editore o non esiste la collana. "Stile libero", benché appartenga a una "Chiesa", cioè a Einaudi, si è data una forma riconoscibile. Una collana che attraversa tutti i generi: narrativa straniera, italiana, saggistica, fumetto. C'è stato un pensiero e questo ha creato un'identità. Una autorevole riconoscibilità. Vale questo anche per l'editoria religiosa. Deve ripensarsi. Farsi riconoscere da lettori che la scelgono. Non pretendere di essere letta perché esiste».

a cura di Mariapia Veladiano

¹ Paolo Repetti è fondatore insieme a Severino Cesari – recentemente scomparso – della collana Einaudi «Stile libero» e suo attuale responsabile.