

---

## EDITORIALE

---

ILARIO BERTOLETTI

### L'EDITORE RELIGIOSO?

*Un mercante averroista*

La crisi di un marchio storico dell'editoria religiosa in Italia – quale le Dehoniane – suscita sgomento: al di là delle contingenze finanziarie ed editoriali che hanno portato a un esito traumatico (innanzitutto per i lavoratori coinvolti), è opportuno interrogarsi sulla natura dell'editore religioso, in Italia per lo più cattolico. Ma la situazione all'estero per l'editoria religiosa non è diversa: era sufficiente aggirarsi tra gli *stand* della Fiera di Francoforte, non solo di quest'anno. Il caso della crisi pluriennale delle *Éditions du Cerf*, in Francia, è emblematico, nonostante il prestigio della *Bible de Jérusalem* e di una collana che ha formato generazioni di lettori come "Sources chrétiennes". Vengono alla mente altri nomi di marchi che sono un punto di riferimento internazionale: basta vedere nei loro cataloghi la quantità di titoli tradotti all'(e dall') estero. Una costellazione di sigle che permette di delineare l'identità dell'editore religioso: interrogarsi sui fondamenti della sua identità in momenti di crisi aiuta a pensare.

Chi è l'editore? Un mercante innanzitutto: progetta, produce, commercia manufatti unici da immettere sul mercato. Con una peculiarità: la materia prima dei libri è speciale, immateriale. Sono le idee. In tal senso l'editore può essere definito un "mercante averroista". Averroista nel senso della tradizione di pensiero inaugurata dal filosofo arabo e aristotelico Averroè, per il quale gli uomini sono accumulati dal partecipare a un "intelletto unico", dove sono depositate tutte le idee, presenti, passate e future. Un intelletto dai tratti divini, fatto dell'elemento più puro, l'etere. Editore è colui che scoprendo, attraverso un autore, delle idee – pensieri che donano un senso al mondo – dà loro forma terrena in quel composto di carta, inchiostro e architettura grafica che è un libro. E oggi può assumere anche il volto di un composto incorporeo di segni e algoritmi, l'*ebook*.

I libri sono uno strano investimento: i più rischiosi finanziariamente sono talvolta, nel tempo, i più redditizi intellettualmente ed economicamente. Sono i testi che diventeranno dei classici, continuamente ristampati. A rendere unico il lavoro dell'editoria religiosa sono le idee in gioco: idee teologiche, che rappresentano un mercato sempre più ristretto in forza della secolarizzazione. Il che rende ancor più rischiosa l'impresa.

Ma la secolarizzazione, a ben vedere, significa anche pluralizzazione dei lettori, e quindi nascita di più mercati: di nicchia magari, ma fedeli e potenzialmente redditizi. In fondo gli editori religiosi – se non gli editori in quanto tali – praticano un sapere che si potrebbe chiamare “biblodicea”: giustificare l’esistenza di ogni singolo titolo, nella sua contingenza e nonostante il rischio di un fallimento. Ciascun libro del catalogo è costruito a “immagine e somiglianza” del Libro. Come se il fatto che a inaugurare la storia dell’editoria (moderna) sia stata la stampa della Bibbia (1453) assumesse un significato da filosofia della storia, almeno per chi pratica questo lavoro. Un’origine diventata una destinazione. Ancor più vincolante se si pensa che il libro più bello è l’edizione aldina del 1499 della *Hypnerotomachia Poliphili*: un modello tipografico diventato paradigma estetico a partire dal quale giudicare il lavoro di ogni editore. Un lavoro paziente di approssimazione alla perfezione, nella consapevolezza che è terrestremente impossibile.

L’editore religioso in quanto “mercante averroista” scommette sulla produzione di merci fatte a immagine di ciò che non è merce. Nella speranza – al contempo, un *Beruf* – che la crescita del sapere, con il guadagno economico, renda il più rischiarata possibile l’esistenza. Per dirla con san Paolo VI – che di editoria si intendeva essendo stato protagonista fin dalla nascita della storia della Morcelliana –, «il libro deve essere come il pane quotidiano, fresco ogni giorno» per alimentare le menti. Proprio perché, secondo Montini, il “senso religioso” – reso consapevole di sé dalla lettura dei libri – è connaturato alle coscienze e rende umano il vivere. Un bisogno – la domanda di senso – che persiste e giustifica, nonostante le apparenze, l’insistere nel lavoro affascinante e faticosissimo dell’editore. Sta qui la fondazione trascendentale della sua funzione: ben sapendo, con disincanto, che è una fondazione che rende possibile ma non certa la sussistenza economica. Legata ogni giorno a una scommessa sul mercato, dove la dialettica tra risultato cercato ed effetti indesiderati è quanto mai aperta.