

Maria Rita Mastropaolo

AA.VV.

Storia degli Oscar Mondadori. Una collana-biblioteca

A cura di Alberto Cadioli

Milano

Unicopli

2015

ISBN: 978-88-400-1948-5

Nota del curatore

Alberto Cadioli, *La storia e lo studio di una collana editoriale*

Isotta Piazza, *Cinquant'anni di Oscar. 1965-2015*

Virna Brigatti, *Gli Oscar tra testimonianze, articoli e cataloghi*

Marco Corsi, *Per una tradizione del Novecento. La poesia negli Oscar Mondadori*

Marta Sironi, *Immagini da Oscar*

A cura di Virna Brigatti e Marco Corsi, *Appendice. Le collane letterarie*

A cinquant'anni dalla loro nascita, il volume si propone di fare il punto sulla storia degli Oscar Mondadori, «casa editrice nella casa editrice» e «collana-biblioteca», indubbiamente una delle iniziative più importanti per l'editoria italiana del secolo scorso, capace di vincere la sfida «contro le chiusure aristocratiche di chi teme l'eventualità di entrare in dialogo con quel vasto pubblico finora rimasto ai confini dell'impero letterario» (Brigatti, p. 94), il cui ruolo di promozione verso una democratizzazione dell'atto del leggere è stato forse ingiustamente trascurato, anche dalla stessa casa di Segrate, sebbene ricorresse un importante anniversario.

I saggi intendono tracciare le linee dello sviluppo e del successo degli Oscar attraverso una molteplicità di punti di osservazione e un sondaggio a più livelli: da una parte se ne ricostruisce la storia indagando le condizioni che permisero a questa collezione di ottenere un così ampio successo di pubblico sin dal lancio nel 1965, ripercorrendone l'evoluzione, le caratteristiche e le intenzioni sintetizzabili nel celebre slogan «Gli Oscar, i libri-transistor che fanno biblioteca», libri della modernità, in cui prevale il ruolo ludico (come sottolineato da Ferretti, citato a p. 88 e come messo in evidenza dall'accattivante veste grafica), venduti al prezzo di un biglietto per il cinema e distribuiti attraverso il canale delle edicole (capace di intercettare sia il pubblico dei quotidiani sia quello dei rotocalchi); dall'altra parte si approfondiscono alcuni aspetti particolari, come la proposta, fra i suoi titoli, di un canone della poesia novecentesca.

Il volume è aperto da un saggio di Alberto Cadioli che inquadra la storia degli Oscar all'interno di una più vasta riflessione sul concetto di collana o collezione, proponendo un'impostazione metodologica che suggerisce di guardare alla collana come a un campo ancora quasi inesplorato nell'ambito delle ricerche sul sistema editoriale e che, con ogni probabilità, aprirà agli studiosi inedite prospettive di approfondimento su fatti, protagonisti e libri. Si ripercorre la storia delle collane economiche diffuse in Italia, mettendo in chiaro la differenza fra libri popolari e libri tascabili ed evidenziando le istanze commerciali che spinsero gli editori, negli anni del *boom* economico, a intraprendere iniziative di questo tipo.

I saggi di Isotta Piazza e Virna Brigatti sono, per certi versi, complementari, ricostruendo il primo la storia degli Oscar da un punto di vista più strettamente editoriale, e approfondendo il secondo le stesse questioni attraverso una lettura in chiave sociologico-letteraria: le questioni proposte sono nutrite, per altro, di una ricca messe di informazioni bibliografiche, di testimonianze giornalistiche e archivistiche, e offrono informazioni di tipo quantitativo relative alle tirature, ai dati di vendita, ai bilanci. A queste fonti potrebbe aggiungersi l'intero saggio di Marta Sironi, un vero racconto per

immagini della storia degli Oscar, dalle copertine di Tempesti alle grafiche di Giacomo Callo, passando per Anita Klinz, Thole e Guidotti, nell'intento di mostrare i punti di forza della collana attraverso le sue copertine, le specificità delle sottocollane e perfino delle serie dedicate a singoli autori.

Isotta Piazza inserisce gli snodi principali della storia degli Oscar all'interno di più ampi fenomeni editoriali e sociali (seguendo la periodizzazione per generazioni proposta da Ragone in *L'editoria in Italia. Storia e scenari per il XXI secolo*, Napoli, Liguori, 2005), che mettono in evidenza come «gli Oscar siano una delle collane che più precisamente, rispecchia i cambiamenti nei gusti di lettura degli italiani e che, forse, a sua volta, ha contribuito a cambiare gli italiani, attraverso le loro letture» (p. 75). Si indagano, infatti, le motivazioni che portarono Arnoldo a varare la collana e le ragioni del suo successo, confrontandolo con altre iniziative della casa editrice in quegli anni (pp. 44-49) che non ebbero un riscontro di pubblico paragonabile a quello degli Oscar, unica collana mondadoriana «focalizzata sulla reinvenzione dell'oggetto editoriale, tramite la rottura del binomio libro-libreria e la creazione di una nuova strategia di consumo» (p. 48), una strategia che si dimostra tanto nuova da non vedere nell'industria cinematografica (e, in generale nei processi di massificazione) un concorrente che sottraeva tempo e denaro ai potenziali lettori, bensì un alleato capace di fare da cassa di risonanza ai libri, come dimostrato dalla scelta di mettere in copertina i volti dei protagonisti dei film tratti proprio dagli stessi romanzi pubblicati (Sironi, p. 128) e dal fatto di scegliere, come prezzo per i volumi, le stesse 350 lire del costo di un biglietto per il cinema. Virna Brigatti, portando le testimonianze di librai, dell'editore, degli intellettuali (molti dei quali convinti che gli Oscar stessero mercificando la lettura) e degli edicolanti (capaci di intuire la portata dell'iniziativa e di ridimensionarne, talora, i risultati), approfondisce e amplia ulteriormente le questioni finora proposte attraverso una «riflessione di impronta sociologica sulle modalità dei consumi culturali e sulla percezione di ciò che viene identificato come cultura da parte degli strati della società storicamente ai margini della produzione artistica e intellettuale» (p. 79).

Si affrontano anche problemi relativi alle condizioni di economicità dell'iniziativa e alle potenzialità (presupposte e, in certi casi, smentite dai fatti) del canale delle edicole, mostrando come l'editore, a pochi anni dall'avvio dell'iniziativa, si fosse reso conto della possibilità di differenziare gli Oscar non tanto sulla base del canale di vendita, quanto sulla creazione di sottocollane distinte per genere, rispondenti al nuovo obiettivo che gli Oscar si proponevano di raggiungere: permettere la creazione di una biblioteca tematica formata da tascabili, destinata a un pubblico quanto più vasto e vario, comprendente tanto chi si avvicina alla collana per volontà di emancipazione culturale, quanto chi continua ad acquistare libri allo scopo di istruirsi.

Di diversa natura lo scritto a firma di Marco Corsi, che ha al centro uno degli elementi forse meno noti della storia degli Oscar, la presenza di sottocollane dedicate ai poeti del Novecento: la peculiarità di tale azione risiede nella capacità di offrire al lettore una panoramica sull'opera complessiva (in forma antologia, talora: gli Oscar, dunque, come possibilità di lettura unitaria dell'intero percorso di un poeta, che completa, talvolta, il quadro offerto sul Meridiano) di poeti ormai canonici e di quelli affermatosi in tempi più recenti. Lo studio si dimostra utile proprio sotto questo aspetto, perché conduce un discorso tutto interno al concetto di canone poetico servendosi degli Oscar come strumento di analisi attraverso il quale tentare di individuare in che misura i nomi proposti all'interno di tale collana possano esser inseriti in una precisa tradizione poetica (si evidenzia un rapporto preciso «tra una linea editoriale e una linea di poetica», p. 120), allo scopo di «offrire al pubblico la possibilità di avvicinarsi in maniera consapevole ad una certa tradizione, specie quando questa sia stata oggetto di diverse interpretazioni» (p. 115).

La struttura stessa del volume si presta a una lettura dialettica del fenomeno Oscar, la cui forza si è sempre misurata su una compresenza di istanze economiche – si ricordi che i primi titoli, scelti perché ad assorbimento sicuro, basavano la loro sostenibilità economica su mere ipotesi di mercato – e la volontà di fornire ai lettori uno spettro sfaccettato della letteratura mondiale spaziando fra più generi e, è bene ricordarlo, investendo anche su esordienti e poeti: un modello vincente di *business* culturale, dunque, volto sì al ritorno economico, ma anche capace di unire a tali esigenze un altro

fattore, quello della qualità, che è qualità degli autori, delle traduzioni, della materialità del libro, delle scelte grafiche e, è sempre bene ricordarlo, delle redazioni. Questa *Storia degli Oscar Mondadori* si può leggere sì come ricostruzione di vicende che hanno al proprio centro una collana di libri, ma è forse anche da interpretare come una lezione di (buona) editoria.