



ALBERTO SCIALÒ

Isotta Piazza, «*Canonici si diventa*». *Mediazione editoriale e canonizzazione nel e del Novecento*, Palermo, Palumbo, 2022, 198 pp.

Forse, per parlare del libro di Isotta Piazza «*Canonici si diventa*». *Mediazione editoriale e canonizzazione nel e del Novecento*, occorre partire dalla fine, dal punto in cui l'autrice, sagacemente, si domanda se il vero problema sul quale spostare la questione non sia tanto «il soggetto canonizzante (la crisi della critica) o l'oggetto della canonizzazione (la crisi dell'istituzione letteraria), ma lo smarrimento della vocazione alla lettura», ovvero se il canone non sia «solo una sineddoche e la sua crisi, un segno interrogativo d'interpunzione» (p. 186). Concludere uno studio che cerca di svelare i meccanismi di canonizzazione novecenteschi e gli effetti che questi hanno avuto nel costituirsi del canone di quello stesso secolo, interrogandosi su una questione simile, significa infatti essere perfettamente consapevoli che, per parlare di letteratura oggi, non si può non tenere in conto che quell'autonomia descritta da Bourdieu in *Le regole dell'arte* – dove, tra l'altro, questa era sentita fortemente a rischio già nelle ultime pagine – può considerarsi sfumata quasi del tutto e che, quindi, parlare dei fattori che incidono sul costituirsi del canone in seguito all'avanzare di meccanismi produttivi di stampo già pienamente tardocapitalista, significa, in fin dei conti, parlare del concetto stesso di opera letteraria. Di certo, allora, affermare che opporre le logiche di produzione artistica autonome a quelle eteronome costituisce una semplificazione metodologica, e che l'autonomia di un fatto letterario, non solo è un fenomeno sempre più raro – se non addirittura inesistente – ma che elevare questa caratteristica a «paradigma dirimente del giudizio estetico» (p. 176) risulta alquanto infruttuoso da un punto di vista analitico, denota la volontà ben precisa di restituire una visione complessa della vita di un'opera letteraria, accettando di immergersi nei meccanismi storico-sociali della sua genesi materiale, con una consapevolezza ben precisa: ciò che oggi s'intende per opera

letteraria, non può essere perfettamente sovrapponibile a ciò che c'era prima che l'industria culturale e libraria iniziasse ad assumere la sua attuale conformazione. Se ciò è vero, «*Canonici si diventa*» pone, in filigrana, un problema non da poco, che risulta poi essere il nucleo vero e proprio attorno al quale il testo ruota: se ci troviamo davanti ad una materia in parte nuova rispetto a quella a cui siamo sempre stati abituati, che si è evoluta assumendo nuove caratteristiche in tempi pressoché recenti (gli ultimi settant'anni), con quali strumenti la si deve trattare? Probabilmente, è giunto il momento di proporne di nuovi e lo scopo dello studio in questione sembra proprio questo.

Infatti, i quattro capitoli nei quali si articola il libro non solo vedono l'autrice di interfacciarsi con la teoria precedente, interrogandosi su quali siano gli attanti di un'operazione di canonizzazione e quale ruolo questi rivestano (o finanche riguardo alla validità stessa di un canone in un momento storico di forte diffrazione delle necessità di lettura), ma costituiscono anche un'accurata ricostruzione delle modalità tramite le quali l'industria culturale – soprattutto grazie all'operato di grosse case editrici come Mondadori o Rizzoli e a iniziative come gli *Oscar*, *I Meridiani*, la *BUR* – ha inserito sempre più i meccanismi canonizzanti del novecento nel “campo eteronomo dell'industria editoriale” (p. 143), contribuendo, conseguentemente, anche mutare la tipologia stessa delle opere che meritano di essere iscritte nel canone.

Da questo punto di vista, assume una rilevanza fondamentale la riflessione che viene affrontata nel quarto capitolo (*La canonizzazione del Novecento letterario italiano*) sul rapporto tra il “canone ufficiale” (quello stabilito dalle istituzioni letterarie tradizionali, come la critica accademica) e quello “diffuso”, frutto di una serie di fattori eteronomi, produttivi o sociali, il quale accoglie quelle opere che, per le ragioni più varie, hanno goduto di un ampio successo presso il pubblico. Se la durata di un testo letterario dal Novecento in poi, come suggerisce Piazza, è frutto di una serie di incastri tra la sua dimensione commerciale – la sua appetibilità sul mercato, la fruizione facilitata che i lettori ne possono ricavare, la capacità di generare un rapporto non più di tipo culturale con il pubblico, ma piuttosto basato sull'empatia e il rispecchiamento – e il suo valore letterario (per così dire, assoluto), riconosciuto dai lettori specializzati e dalla critica di settore, quel paradigma del giudizio estetico a cui si faceva riferimento poc'anzi, risulta completamente innova-

to rispetto al passato; poiché, nonostante sia vero che in nessuna epoca – anche prima dell'avvento del capitalismo per come lo conosciamo – la letteratura si è mai potuta completamente scindere dalle condizioni sociologiche nelle quali è stata prodotta, grazie a questo studio diventa altrettanto evidente che mai prima d'ora, l'ingerenza delle logiche industriali ha avuto tanto peso nella scelta dei lettori e nella loro «diaspora dalla indicazioni ricevute a scuola» (p. 171), cioè dal canone ufficiale.

L'autrice, infatti, sembra affermare che trovandoci nel tempo in cui il sistema produttivo è basato su quella che Mark Fisher chiamerebbe "pre-corporazione", cioè la programmazione preventiva dei modelli spendibili presso i consumatori che rende impossibile qualsiasi forma di fuga reale dal *mainstream*, è chiaro che l'industria editoriale tenti di intercettare e soddisfare quella disomogeneità dei bisogni di lettura (p. 166) tirata spesso in ballo e che, di conseguenza, la maggiore o minore diffusione di un libro presso i lettori si leghi a doppio filo con la possibilità che questo abbia il tempo di essere canonizzato. In questo modo, quindi, l'efficacia commerciale di un testo, la sua «vendibilità» (p. 3) può essere annoverata a tutti gli effetti, se non come un valore in senso stretto, quantomeno come un parametro utile alla sua validazione. Nonostante il valore estetico intrinseco che possiede, infatti, un'opera che non circoli adeguatamente presso il pubblico, all'interno di un mercato editoriale diventato ormai ipertrofico, rischia di essere avviluppata e di sparire, il che, lo si accetti o meno, significa che essa sia in qualche maniera manchevole, dal momento in cui «nel panorama coevo la proposta sinergica di un autore nelle collane *Oscar* e *Meridiani* assume una funzione di canonizzazione che, per quanto discussa e discutibile possa sembrare, non ha concorrenti in altre istituzioni o interlocutori culturali» (p. 144).

Dunque, la fonte principale dell'interesse che questo testo desta risiede proprio qui: non solo nell'accurata opera di ricostruzione dei meccanismi che hanno retto il mondo della cultura nel secolo scorso, ma soprattutto nell'avanzamento di proposte atte ad una più vasta opera di ridefinizione dei parametri di canonizzazione. In questo senso, valorizzando la vendibilità in quanto elemento validante per la canonicità di un testo, spendendo molte pagine a interrogarsi riguardo all'influsso che quella «spregiudicatezza nuova di atteggiamenti fruitivi» di cui parla Spinazzola (richiamata nel libro) esercita sulla vita di un testo letterario e alle iniziative editoriali che cercano di intercettarne i

percorsi, ridiscutendo le caratteristiche dell'opera canonizzabile, Piazza compie uno scarto decisivo nel riconoscere a tutti gli effetti, almeno due nuove istituzioni letterarie con cui la critica specializzata deve condividere e contrattare la sua capacità di consacrare autori e opere: il pubblico – un'entità eterogena e complessa, ma che detiene un potere di consacrazione ormai pressoché decisivo, costituendosi come una componente che assume peso rilevante anche nel processo di produzione artistica e che la critica accademica deve considerare per non cadere nel paradosso di non tenere in considerazione i diritti di chi effettivamente secolarizza le opere che essa suggerisce (p. 176) – e l'industria editoriale, la quale, oltre al suo potere istituzionale, capace di decidere quale autore merita di stare in un'iniziativa anziché in un'altra, funge anche da *medium* con i lettori, cioè con l'altra istituzione individuata, assumendo ovviamente un ruolo sempre più centrale. All'interno dello studio si delinea così un nuovo paradigma, più ampio e complesso, ma necessario per tentare di capire le condizioni in cui la letteratura, l'arte, la cultura, nascono e vivono non solo nel secolo scorso – elemento indispensabile per comprendere il bagaglio culturale che abbiamo ereditato e del quale, in un certo senso, siamo il prodotto – ma soprattutto oggi che quei meccanismi descritti si ripropongono in una maniera, se possibile, ancora più aggressiva.

Infine, è opportuna un'ultima considerazione sul metodo adottato dall'autrice. Confrontare il canone delineato da un attendibile manuale accademico come quello di Casadei, con il numero delle iniziative editoriali connesse agli autori che ne sono presenti tratte dal catalogo dell'OPAC, infatti, non si pone solo come un'innovazione metodologica, ma come perfetta proiezione analitica del sistema definito all'interno del testo e che qui si è cercato di riassumere. La proiezione di una complessità strutturale, di una confusione legata all'ipertrofia di un mercato che, come tutti gli altri, si alimenta con la massiccia produzione di prodotti diversificati che sfuggono a qualsiasi tipo di sintesi per capillarizzarsi verso target ampiamente diversificati. Ma anche una complessità nella quale se, come nel caso di chi ha imbastito questo volume, si sa dove guardare e quali strumenti utilizzare, non è impossibile mettere ordine.



IL TORCOLIERE • Officine Grafico-Editoriali d'Ateneo

Università di Napoli L'Orientale
stampato nel mese di dicembre 2023