

Luca CLERICI, *Libri per tutti. L'Italia della divulgazione dall'Unità al nuovo secolo*, Roma-Bari, Laterza, 2018, 258 p. (Storia e società), ISBN 978-88-581-2788-9, € 24.00.

Diversamente da quanto potrebbe suggerire il titolo, non è solo sui libri che si concentra il saggio di Luca Clerici, quanto piuttosto su un amplissimo ventaglio di forme di consumo culturale che nell'Ottocento si impongono come motori del processo di democratizzazione della conoscenza connaturato alla modernità borghese. Trattati, manuali, romanzi, guide di viaggio, ricettari, prefazioni, interviste, conferenze, articoli sulla stampa periodica, biografie, cataloghi di esposizioni e molto altro (si vedano i riferimenti bibliografici alle p. 236-246 del volume) sono analizzati dall'autore ora in prima persona, ora sintetizzando e interpretando una vasta letteratura afferente a diversi ambiti della storiografia e della teoria letteraria, offrendo nuovi spunti su fenomeni già indagati. La mole di letture su cui si fonda il saggio consente a Clerici di tracciare un dettagliato affresco «fronte laico e materialistico della cultura» (p. VII) che si afferma nella società italiana del secondo Ottocento, in particolare milanese e torinese (cap. I).

Amplissimo lo spazio concesso ai protagonisti di tale fronte, efficacemente definiti da Clerici 'fuoriclasse' della divulgazione: tra le molte anime di questo saggio c'è anche indubbiamente quella prosopografica, volta a riconoscere punti di contatto nelle traiettorie biografiche e professionali, per molti versi simili, di Paolo Mantegazza, Michele Lessona, Antonio Stoppani, Paolo Lioy, Luigi Vittorio

Bertarelli, Giuseppe Colombo. Insieme ad altri colleghi scienziati, pubblicitari, conferenzieri caratterizzati da una particolare attitudine a entrare in sintonia con un pubblico diverso da quello con cui si erano confrontati gli intellettuali dei secoli precedenti. È dunque evidente la capacità di questi divulgatori di cogliere i mutamenti sociali e culturali in corso e di adottare proficue strategie di collaborazione, non disinteressata, con gli editori, su tutti i milanesi Treves, Sonzogno, Hoepli, ma anche Barbèra a Firenze, Zanichelli a Bologna, Utet e Bocca a Torino, o ancora sigle meno note come la milanese Brigola, cui Paolo Mantegazza si lega prima che il suo potenziale sia colto, e adeguatamente remunerato, da Treves.

La collaborazione è spesso avviata anche tra gli stessi scienziati-autori: scopriamo che *Volere è potere* di Lessona esce anche grazie al contributo di anonimi redattori di biografie (p. 138-139); non sempre si tratta di uno scambio alla pari, visto l'ampio ricorso ai cosiddetti 'negri' – termine più iconico del moderno *ghostwriter* – o alla collaborazione delle donne di famiglia, non solo segretarie, ma anche abili redattrici e traduttrici. D'altronde non sono pochi i contemporanei che si stupiscono dell'operosità di questi 'campioni' della divulgazione (per usare un'altra espressione di Clerici), figure che non possono mancare di gestire l'incredibile mole di lavoro in maniera scientifica e razionale.

Senza dubbio il numero di testi immessi sul mercato rappresenta un altro dei motivi del successo delle istanze progressiste proposte attraverso la produzione culturale, ma, come già anticipato, non sono solo libri e giornali a offrire a tutti la scienza, nelle sue diverse sfaccettature.

Ed ecco emergere figure meno organiche al gruppo descritto più sopra, come Paolo Gorini, noto come il "mago di Lodi": scienziato itinerante che offre esperimenti pubblici di geologia ed è impegnato nella ricerca per la conservazione, a scopo alimentare, delle carcasse di animali. Si tratta di una ricerca dai potenziali esiti commerciali, infatti spesso accade, nella modernità borghese, che il nesso cultura-scienza-mercato sia sotteso alle attività di ricerca e divulgazione (p. 64), come

accade ovviamente anche in ambito editoriale. L'appellativo "mago di Lodi" fa però riferimento all'abilità di Gorini come imbalsamatore e pietrificatore di cadaveri, ed ecco emergere ulteriori nessi tra cultura della divulgazione e temperie positivista (cap. II): anzitutto la pulsione classificatoria che conduce all'apertura di collezioni museali, naturalistiche e anatomiche, anche grazie all'uso di nuove tecniche di conservazione dei materiali organici sperimentate da molti.

L'evoluzione delle strategie di musealizzazione punta alla spettacolarità per coinvolgere un numero maggiore di potenziali visitatori (si pensi agli innovativi diorami del Museo di storia naturale di Milano, diretto dallo stesso Stoppani negli anni Ottanta del secolo). La curiosità pubblica rende inoltre le esposizioni industriali, nazionali e internazionali veri e propri eventi di massa: oltre a stimolare tutta una serie di pubblicazioni più o meno effimere (cataloghi, conferenze, descrizioni illustrate, resoconti di visite), sono le grandi esposizioni a coinvolgere nella nascente industria turistica anche i ceti operai; fabbriche e istituzioni culturali propongono infatti visite premio organizzate per comitive di lavoratori. Di tale ampliamento della base del turismo beneficia di sicuro anche l'attività di Bertarelli, che oltre a fondare il primo club 'cicloturistico' milanese, ora noto come TCI, cambierà le sorti dell'editoria di viaggio spostando l'attenzione dall'odeporica – genere caro a Clerici, qui presentato nel suo *pendant* tardo ottocentesco, il resoconto di esplorazioni – alle guide turistiche, prodotti editoriali che per tutto l'Ottocento erano stati importati dall'estero.

Tornando a Gorini, secondo Clerici «la divulgazione scientifica passa anche attraverso l'esibizione del corpo morto» (p. 98). La diffusione di conoscenze anatomiche e fisiologiche così acquisite, insieme all'assoluta fiducia nella scienza per la spiegazione della devianza e dei fenomeni paranormali, finisce per alimentare la curiosità pubblica non solo nei confronti dell'antropologia, soprattutto criminale – Cesare Lombroso è un altro scienziato-scrittore frequentemente citato nel volume, anche se non ascritto alla 'squadra' dei fuoriclasse della divulgazione – ma anche di magnetismo, chiromanzia, occultismo spesso proposti

durante veri e propri spettacoli e pubblicizzati a dismisura dalla stampa. Si tratta dell'altra faccia della democratizzazione del sapere, che rende talvolta labili i confini tra scienza e superstizione, osservazione che induce il lettore avvertito a riflettere sui precedenti storici di un dibattito più che mai attuale, quello su accesso aperto alla ricerca e disintermediazione del sapere.

È impossibile trattare esaustivamente l'ampia casistica di personaggi, tecniche, prodotti culturali, reazioni, dispiegata da Clerici nel suo densissimo volume. Così come le varie implicazioni in ambito politico, sociale, religioso, tecnico, scientifico e gli spunti per la riflessione sull'oggi. Preferisco, in questa sede, rilevare quanto l'attenzione prestata agli aspetti commerciali faccia luce sul ruolo degli editori in questo processo di democratizzazione della cultura, indagato da Clerici tenendo conto dei più recenti esiti della storiografia sul libro e l'editoria dell'Ottocento che hanno evidenziato strategie quali la produzione integrata di libri e giornali, l'avvio consapevole di strategie promozionali, la creazione di nuovi generi come la parascolastica, i tentativi di emulazione dei precedenti successi editoriali e via di seguito (cap. III). Vorrei poi sottolineare l'ampio spazio concesso alle modalità di fruizione dei prodotti culturali descritti, e quindi anche al pubblico dei lettori, che non solo "legge per fare", come è nelle intenzioni di editori e autori, ma è anche il vero giudice del successo di un'opera; l'inesorabilità di questa facoltà del pubblico è del resto precocemente compresa da Lessona nella sua prefazione a *Volere è potere* (p. 161). Parlando di lettori dell'Ottocento, non si può fare a meno di citare il pubblico femminile, di cui gli autori – e, specie in questo caso, le autrici del tempo – tentano di intercettare gli orizzonti d'attesa. Non è un caso però che le donne preferiscano forme di fruizione culturale 'dal vivo', forse perché le avvertono come meno incasellate negli schemi pur sempre paternalistici che inevitabilmente caratterizzano un processo di democratizzazione della cultura strettamente connaturato alla visione del mondo borghese (mi sia consentito osservare per inciso che la formula "sesso debole", usata talvolta dall'autore per ampliare lo spettro dei sinonimi del termine

‘donne’, poteva essere evitata).

Tale attenzione all’editoria e al pubblico si coglie naturalmente anche nell’ultimo capitolo, il quarto, in cui produzione scritta del “secolo della divulgazione” viene descritta e sistematizzata mediante l’uso di una matrice quadrupla, corrispondente alle “modalità dominanti di organizzazione del discorso: fiction/non fiction e impersonalità/personalizzazione” (p. 174). Passando in rassegna i vari generi così classificabili, l’autore fornisce un documentato quadro delle diverse tipologie testuali: anzitutto statistiche, inchieste, descrizioni, “illustrazioni”, enciclopedie, guide di viaggio. Si tratta ovviamente di non fiction impersonale a cui è sotteso un intento classificatorio tipico della mentalità positivista, che pervade anche le raccolte di fiabe popolari di Pitré, così come *La scienza in cucina* di Pellegrino Artusi, più volte citato nel corso del saggio. L’ibridazione, o “contaminazione tipologica” tra le citate diverse categorie di scritti è un altro fenomeno degno di riflessione, legato senza dubbio anche alle scelte degli editori: viene citato in particolare Hoepli, che, oltre a dare alle stampe una *Piccola enciclopedia* nella propria collana di “Manuali”, è l’editore per eccellenza della non fiction impersonale. L’ossessione classificatoria è anche alla base di raccolte di sentenze, aforismi, detti, motti, proverbi; ma la loro applicazione più straordinaria è all’interno dei testi della produzione *selfhelpista* – l’autore ne conta 1901 nelle 488 pagine di *Volere è potere* di Lessona –, dove spesso assurgono a elemento paratestuale diventando titoli di volumi più o meno fortunati. Il best seller di Lessona compirà invece il processo inverso, poiché sarà il suo titolo, *Volere è potere*, a diventare proverbiale: un’ulteriore dimostrazione della diffusione capillare nella società, attraverso i canali più vari, degli scritti di divulgazione. Non è infatti un caso se proverbi e motti sono elemento di grande importanza anche negli almanacchi, un genere che sin dal Settecento è stato proficuamente impiegato come veicolo per istruire i semicoltivi grazie alla versatilità della sua forma, espressione di quella ‘porosità’ dei generi di larga circolazione, tipica dell’antico regime, ma che Clerici riconosce anche negli esiti ottocenteschi e primo-novecenteschi delle pubblicazioni

analizzate.

Passando, sempre nell'ambito degli scritti ancorati al reale, a quelli caratterizzati da personalizzazione, le tipologie individuate sono ancora numerose: autobiografia, memorialistica, racconti di viaggio, intervista, cronaca e conferenze. Se le prime tre sono già state oggetto di studi – qui arricchiti da osservazioni sulle «opportunità di evidenza icastica» offerte dalla personalizzazione, che conducono alla “biografia immaginaria” (p. 187) – il volume dedica spazio e offre spunti di analisi sugli esiti di altre forme sinora trascurate: una su tutte la cronaca, soprattutto nera, *pendant* ottocentesco della cosiddetta “letteratura del patibolo” di antico regime. Molto meno stereotipata, anzi, narrata secondo gli schemi del romanzo d'appendice, la pubblicistica novecentesca, concentrata in particolare su grandi casi giudiziari dell'epoca, è esito e al tempo stesso ulteriore cassa di risonanza dell'interesse per l'antropologia criminale già individuato, nei capitoli precedenti, come espressione dello *Zeitgeist* positivista.

Un altro genere di scritti di non fiction caratterizzati da personalizzazione è quello della pubblicazione dei testi di conferenze, queste ultime già individuate come assai praticate dai “campioni della divulgazione”, esperti oratori che ne guadagnavano in denaro e in fama, in un circolo virtuoso che consentiva di arricchirsi ulteriormente con i propri scritti. Ma anche con la messa in vendita dei testi delle proprie orazioni, molto ambiti dagli editori, locali e nazionali, tanto che la collana “Scienza del popolo” di Treves, avviata nel 1867, consisteva nella trasposizione in libro di letture e conferenze tenute presso scuole, università popolari, musei, da scienziati, letterati, esploratori.

L'autore non manca di riflettere, specialmente in relazione a questa tipologia testuale, sullo spazio dell'oralità nella società della divulgazione. La dimensione orale è connaturata a conferenze, proverbi e motti, ma è fondante anche di testi più complessi, come il *Bel Paese* di Antonio Stoppani, autore e conferenziere ben noto a Clerici, già curatore dell'edizione critica del testo più noto dell'abate-geologo (Aragno, 2009). Anche il *Bel Paese* può propriamente dirsi un *best-seller* della divulgazione: fondato sull'ibridazione di tradizioni

non solo letterarie, associa all'odeporica una «spiccata vocazione guidistica» (p. 216). Deve inoltre buona parte del suo successo alla scelta di una forma dialogica, che rimanda alle modalità espressive di ambito ecclesiastico ben note all'abate-geologo, ma allo stesso tempo è messa in scena durante riunioni domestiche in un salotto borghese: la *mise en abyme* rimanda indubbiamente alle letture in famiglia tramandate da altre fonti, ricordandoci ancora una volta il legame indissolubile che ha caratterizzato scrittura e oralità lungo tutta la storia della comunicazione scritta.

Oralità presente anche nel romanzo, il genere per eccellenza della non fiction ottocentesca, sbilanciato verso la personalizzazione. L'impersonalità è infatti limitata alla letteratura sperimentale, in particolare verista, che pure si fonda su nozioni sociologiche e antropologiche; il romanzo didascalico, invece, si fonda apertamente sulle logiche della personalizzazione, anzitutto per raggiungere più facilmente il lettore prefigurato. Ecco emergere in conclusione al volume uno degli intenti dichiarati da Clerici nell'introduzione: applicare logiche interpretative critico-letterarie anche ai romanzi didascalici: vengono così presi in considerazione *Un giorno a Madera* di Mantegazza, il cui vero protagonista è la tubercolosi; *Ciondolino* di Vamba (Luigi Bertelli), romanzo entomologico per ragazzi; infine la vasta produzione di Emilio Salgari, meno abile di altri colleghi a garantirsi sicurezze economiche con la propria penna, ma senza dubbio esperto quanto Mantegazza e Vamba – e gli editori coevi – delle tecniche narrative più adeguate a confezionare testi «all'insegna della semplicità e della dominabilità» (p. 234).

Dominabilità che è caratteristica dello stesso lavoro di Clerici: lo stile rapido e scorrevole consente all'autore di affastellare in un volume piuttosto agile una grande quantità di informazioni e nozioni che spaziano dall'aneddoto – come il terrore di Francesco Mastriani, autore della *Sepolta viva*, di subire la stessa sorte della protagonista – alla teoria letteraria, passando per la storia dell'editoria. Il tutto all'insegna di una grande leggibilità, rafforzata dal sapiente impiego della ridondanza informativa di cui lo stesso Salgari era abile

utilizzatore. Un saggio di alta divulgazione pienamente rispondente alla collocazione editoriale nella collana “Storia e società” di Laterza, in grado di coinvolgere anche il lettore non specialista.

*Elisa Marazzi*