

In Dialogo: un approdo per le idee forti

L'aspetto più importante – e quasi obbligato – quando si incontra un editore, è collocarne il catalogo: linea editoriale, pubblico di riferimento, esperienze passate e ipotesi per l'immediato futuro. Come presenterebbe, per linee essenziali, la Vostra esperienza editoriale ai lettori di «Pensare i/n Libri»?

L'origine della nostra piccola casa editrice, nata poco meno di trent'anni fa, si lega strettamente ad una realtà ben precisa, ovvero l'Azione Cattolica di Milano e la comunità che intendeva servire. Essere liberi di poter offrire una sussidiazione adatta ai tempi ed alle istanze di una Chiesa che stava cambiando, offrire cammini riconoscibili, provare a mettere su carta idee forti entro cui ritrovarsi... La Cooperativa In dialogo ha iniziato le pubblicazioni per una effettiva necessità. Ricordo, ad esempio, che fu la prima a editare il testo di un documento Cei molto importante, come *La chiesa italiana e le prospettive del paese*, e tra le prime realtà a credere nella significatività del magistero del Cardinal Martini, rendendo possibile la diffusione dei suoi corsi di esercizi al di fuori dei soli circuiti diocesani.

Col tempo, come casa editrice abbiamo intercettato altre domande di comunicazione, prime tra tutte quelle della Fom, ovvero la struttura che progetta materiali e itinerari per gli oratori, ma anche il Servizio per la Famiglia, la Caritas diocesana, e altri ancora.

Pur portando avanti quest'opera di servizio, abbiamo negli anni accresciuto anche la nostra autonoma capacità di proporre testi che in qualche modo prescindessero dalle necessità immediate delle varie espressioni di chiesa con cui abbiamo lavorato, sempre però tenendo conto della nostra matrice: dunque volumi di spiritualità, percorsi educativi, preghiere, ma anche attualità ecclesiale e storia della Chiesa.

Nell'oggi, tendiamo ad investire sempre di più dentro questi territori, mai recidendo le nostre radici.

Quando è possibile quindi parlare di un progetto di pubblico?

Penso sia evidente, per la vicenda che ho raccontato sin qui, che noi, quando progettiamo un testo, abbiamo in mente interlocutori precisi: educatori e catechisti che operano dentro le comunità locali, sacerdoti e

laici desiderosi di «cibo solido» per la loro formazione, giovani e ragazzi che stiano crescendo negli itinerari che la Chiesa propone...

In anni recenti ci siamo però posti il problema di andare oltre il mondo cui normalmente ci siamo riferiti, poiché percepiamo da una parte la necessità di non limitare la diffusione di alcune idee al solo circuito noto (è, mi pare, la questione che, a partire dal convegno ecclesiale di Palermo, ha generato il «Progetto culturale» della Chiesa cattolica), dall'altra un crescere di interesse verso quanto la Chiesa promuove come riflessione culturale, anche in persone che non sono normalmente a contatto con l'istituzione ecclesiastica.

Qualche buon risultato, in tale direzione, ci pare di averlo ottenuto.

Quanto influisce la fedeltà del pubblico sulla apertura verso nuove esperienze editoriali?

La struttura mutualistica di una cooperativa, che è tuttora la nostra forma di esistenza, ci obbliga lavorare con estrema attenzione, perché i prodotti su cui puntiamo abbiano la possibilità di essere apprezzati nel tempo; alcuni nostri testi hanno una vita assai lunga, sono costantemente ricercati ed apprezzati. Certo, questa prospettiva fa a pugni con un contesto editoriale, anche religioso, dove si è sempre alla ri-



dialogo
www.indialogo.it

cerca della novità, e nel quale la vita media di un libro negli scaffali si riduce costantemente.

L'aver avuto, per molto tempo, una certa continuità nell'attenzione da parte dei lettori ci ha consentito, come prima si diceva, di tentare anche strade per noi inedite.

Quali sono le vostre collane storiche?

Può sembrare strano, ma per molto tempo la Cooperativa In dialogo non ha avuto vere e proprie collane, semmai titoli che hanno poi stimolato progetti editoriali più consistenti.

Certamente, tutti i testi del Cardinal Martini che abbiamo editato – e che continuiamo a pubblicare - hanno avuto una diffusione notevole e costante; ma anche i repertori di canti per giovani e comunità, denominati *Insieme*, hanno avuto numerose edizioni. Penso anche ai primi fascicoli per giovani, raccolti sotto il titolo di «Danzare la vita».

Oggi la situazione è mutata, ed il nuovo catalogo presenta proprio alcune collane aperte da poco, che sono il frutto di questa evoluzione: «Uomini e Parola» è destinata a raccogliere contributi profondi di approccio alle Scritture (Martini, Ravasi, Tettamanzi, Tremolada); «Perle preziose» dà spazio a testi di maestri come Dossetti e Lazzati; «Teologi&Pensatori del '900», ha al suo interno profili dedicati ad esempio a Maritain, Rahner, Serenità.

In che modo è possibile, secondo Lei, coniugare divulgazione e serietà scientifica? Quali errori non bisognerebbe commettere?

La nostra casa editrice ha come scopo principale quello di offrire ad un pubblico non specializzato contributi che abbiano salde radici; mi pare pertanto che la nostra ricetta, se possiamo chiamarla così, parta dal rispetto per i lettori e per la verità di ciò che genera

un processo di comunicazione.

Un editore vende un prodotto: esiste una definizione di prodotto culturale nella quale vi riconoscete di più? Che cosa intendete proporre soprattutto al nuovo pubblico?

Rifiutiamo l'idea che sia lecito mettere in pagina qualsiasi cosa, pur di vendere! Nell'editoria cattolica occorrerebbe, a mio parere, ascoltare maggiormente il monito evangelico contro coloro che scandalizzano i piccoli e i semplici...

Dico questo perché confesso di provare molto imbarazzo nel vedere pubblicati testi, troppi testi, che non rispettano i lettori, o che sollecitano solo un sentimento indistinto, non di rado assai poco cristiano, forse solo vagamente religioso, frutto di una devozione disancorata dal dato scritturistico, di una fede senza contenuti, ma solo belle parole.

Ecco, penso che la responsabilità culturale di un editore cattolico sia proprio questa: non negare l'intelligenza della fede, non procurare col proprio lavoro disonore al contenuto che pure si dice di voler veicolare.

Per un osservatore esterno vi è quasi sempre la tendenza a soffermarsi sulle affinità anziché sulle differenze, e quindi immaginare il pubblico dell'editoria religiosa come omogeneo. Qual è la sua opinione in proposito?

In Italia non esiste un mondo cattolico uniforme, un modello prevalente di vita nella fede; esiste piuttosto una articolazione straordinaria, che spesso viene dimenticata per esigenze di sintesi, o per superficialità, nella chiacchiera mediatica. Ma se solo ci si interroga con più attenzione ed onestà, emerge una ricchezza difficilmente immaginabile

Anche la tipologia del lettore interessato ad argomenti religiosi, non necessariamente cattolico praticante,

non può che essere molto varia: ciascuno cerca strumenti differenti per alimentare il proprio mondo interiore e orientare il cammino nelle comunità e nei luoghi dell'esistenza.

Noi dobbiamo tentare di rispondere a molte diverse domande di approfondimento.



¹ Presidente Cooperativa culturale In Dialogo.