

# Le parole trovate: la felice esperienza di AVE<sup>1</sup>

**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»?**

La nostra editrice interpreta la propria funzione soprattutto in una duplice chiave: l'impegno formativo, teologico e pastorale, indirizzato a ragazzi, giovani e adulti, da un lato, e la partecipazione al dibattito culturale, dall'altro. Fin dalla nascita (che data ufficialmente dal 1935, anche se il primo libro col marchio AVE venne stampato nel 1928), l'editrice si è spesa in questi due campi, contribuendo ad arricchire la cultura religiosa e civile italiana con l'apporto di testi di significativi autori italiani e stranieri. Lo stesso obiettivo ci guida anche oggi, sempre con un legame particolare con le proposte formative e culturali espresse dall'Azione Cattolica Italiana.

**Quando è possibile quindi parlare di un progetto di pubblico?**

I lettori a cui si rivolgono i libri dell'AVE, certamente, possono essere individuati primariamente in coloro che formano il pubblico tipico dell'editoria religiosa. Tuttavia è nostro desiderio non rivolgerci solo a costoro, ma interessare anche altri tipi di let-

tori: persone impegnate in campo culturale, sociale, educativo. Uomini e donne, giovani e ragazzi interessati a confrontarsi con una proposta culturale chiara, erede di una lunga tradizione di fede e di pensiero, e proprio per questo aperta al dialogo, all'arricchimento reciproco.

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

Una parte significativa del nostro pubblico, in effetti, può essere considerata molto affezionata e vicina all'editrice per sensibilità e cultura, addirittura per una comune storia di appartenenza ecclesiale. E questa è, senza dubbio, una fortuna. Ma anche una sfida, che ci chiede di andare al di là, per raggiungere nuovi lettori. Pensare a nuove esperienze editoriali, in questo senso, non significa tanto correre il rischio di «tradire» un pubblico consolidato e poter essere perciò abbandonati, quanto avere la capacità di farci conoscere anche all'esterno della cerchia dei lettori affezionati.



### **Quali sono le vostre collane "storiche"?**

Mi limito a citarne solo tre. Innanzitutto la collana «Minima», che dagli anni Sessanta contribuisce ad alimentare la vita ecclesiale e culturale con il contributo di autori significativi come Carretto, Chen, La Pira, Mounier, Péguy, Lercaro, Thurian, e tanti altri. Poi «Guidati dallo Spirito», di cui abbiamo appena ultimato una radicale revisione stilistica, ma che da tanti anni ospita meditazioni, letture, saggi di spiritualità. E infine «Polis», la collana dell'Istituto di studi politici e sociali intitolato a Vittorio Bachelet, che dagli anni Ottanta offre attente riflessioni sui principali nodi problematici della politica e della società.

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

Non so se esiste una formula magica per questo. Certamente a volte fare una buona divulgazione può rivelarsi più difficile che limitarsi a produrre testi scientifici. Tuttavia proprio questo è uno dei principali impegni dell'AVE. Credo che comunque molto dipenda dalla capacità di ascoltare le persone, e da un incessante sforzo indirizzato a evitare l'autoreferenzialità, difetto spesso caratteristico non solo degli ambienti intellettuali, ma anche dei mass-media e dello stesso mondo ecclesiale.

### **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?**

Se dovessi tradurre in estrema sintesi l'obiettivo sotteso al nostro prodotto direi impegno culturale, spirituale e formativo. Quello che noi offriamo o vorremmo offrire, insomma, sono strumenti per pensare e vivere la fede, per abitare il mondo, per capire un po' di più il nostro tempo.

### **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?**

Penso, forse in maniera un po' banale, che basta dare un'occhiata al settore religioso di una qualsiasi libreria, o alla ricchezza e varietà degli scaffali delle librerie specializzate per rendersi conto che anche l'editoria religiosa, in Italia, è estremamente articolata e assai poco uniforme. E se questo avviene, è perché anche il pubblico dell'editoria religiosa non è affatto omogeneo, ma si compone di interessi, opinioni, richieste assai varie. Ad una parte di queste attese possiamo, è la nostra speranza, concorrere anche noi a dare risposta.

