

Pensare *i/n* libri

l'editoria e le letture di "REBECCA LIBRI"

www.rebeccalibri.it



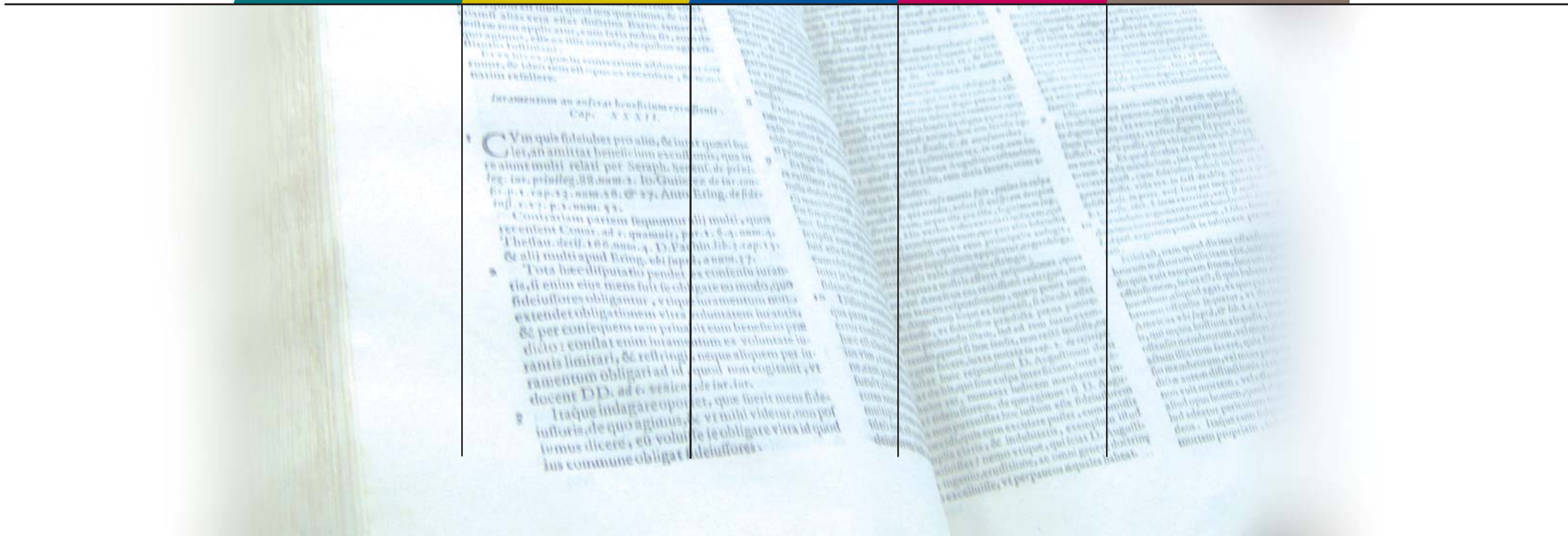
EDITORIALE

IL PUNTO

L'AUTORE

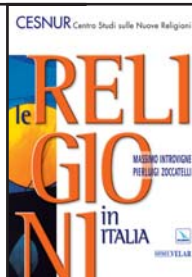
L'OPINIONE

LA RECENSIONE



In libreria

Massimo INTROVIGNE
PierLuigi ZOCCATELLI
Le Religioni in Italia



Ed. ELLEDICI
Pag. 1152. € 75,00

Centro di Evangelizzazione e Catechesi Don Bosco

Messale delle domeniche e feste 2007

Ed. ELLEDICI e
Ed. Messaggero Padova
Pag. 576. € 6,00



Giuseppe BARBAGLIO

Gesù di Nazaret e Paolo di Tarso
2 volumi

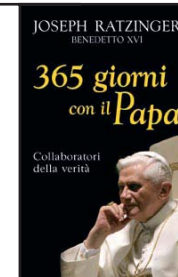
Ed. EDB
Pag. 312. € 25,00



Joseph RATZINGER

365 giorni con il Papa

Ed. San Paolo
Pag. 544. € 12,50



Annachiara VALLE

Teresilla la suora degli anni di piombo

Ed. Paoline
Pag. 120. € 12,00



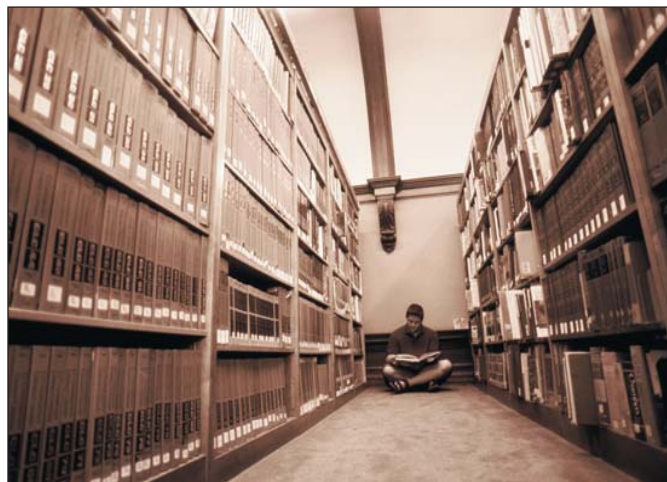
Libri e definizioni

di **Andrea Menetti**

Una domanda che non è improprio porsi, in un momento nel quale l'universo quotidiano (di cui quello culturale fa parte, nonostante le difficoltà e i segni scoraggianti) sembra in cerca di un volto definito, riguarda il libro ed il messaggio che porta. Partecipare al circolo ermeneutico aperto dal libro, così come all'avventura dell'editoria o a quella privata, ma fondamentale, della lettura, significa far parte di qualcosa di straordinario. Entrare in una biblioteca o muoversi tra gli scaffali di una libreria, aprire un catalogo editoriale o leggere una recensione, vuole dire permettere l'esistenza del libro nelle sue virtù di veicolo di informazioni e conoscenza. Possiamo chiamare laico o religioso uno qualsiasi di questi atteggiamenti? Chi pubblica, oggi, un catalogo prevalentemente di libri religiosi o che riguardano la fede in senso ampio (storico, filosofico, teologico, di libera riflessione) è costretto a porsi questa domanda. La risposta potrebbe risiedere in una serie di considerazioni che fanno riflettere, con attenzione, sul catalogo di un editore, sull'insieme delle pubblicazioni stratificatesi nel tempo, sulle occasioni, le opportunità, gli errori o gli abiti nuovi che una sigla editoriale può fornire ad un autore o ad un argomento.

Che cosa insegna, dunque, un catalogo? Che è priva di ragione, nella maggior parte dei casi, una divisione che non sia intesa tra «buoni libri» e «cattivi libri» sulla base della qualità: la cura, la traduzione, l'opportunità culturale, le domande poste o riproposte in circolo. Leggere un libro, incontrare un autore, è una ricchezza che dovrebbe essere compresa al di là di ogni spiegazio-

ne. Scoprire un autore significa avere la possibilità di farsi nuove domande, di affrontare – liberati dal filtro degli orientamenti culturali – quesiti che, fino ad un attimo prima, sentivamo lontani. Occorre quindi riprendere una vecchia distinzione tra «editoria sì» e «editoria no» che diede Giulio Einaudi, per risolvere, una volta per tutte, il problema di cosa significhi pubblicare buoni libri. Un libro di «editoria sì» è un ragionamento, è una opinione che apre a una serie di opinioni, un dialogo con l'altro. L'«editoria no» costituisce invece molta parte del resto. Il nostro libro, quello che ci ha accompagnati e fatto riflettere, che ha mostrato nuovi orizzonti, indicato difficoltà comuni risolte con soluzioni differenti, che ha emozionato e magari ci ha fat-



ti scoprire diversi da come credevamo di essere, è ancora lì, tra le mani, pronto ad essere riletto, a essere sfogliato nuovamente.

In un grande testo della tradizione critica, *Estetica e interpretazione letteraria*, Hans Robert Jauss prova a dare una risposta, valida anche per noi, a queste poche ma necessarie domande. Suo è il concetto di «orizzonte di attesa», che contiene le speranze e i pregiudizi che precedono – e talvolta accompagnano – la lettura di un testo: che cosa immaginiamo, che cosa ne speriamo. E' solo attraverso la serietà del proprio catalogo, la scelta misurata dei titoli, che le definizioni esisteranno unicamente per orientare – nel rispetto delle opinioni, ma aprendo alla curiosità – circa il valore aggiunto di ogni libro che intenda decifrare la confusa topografia del presente.

Emil Cioran ricorda, in quella felice raccolta di ritratti che è *Esercizi di ammirazione*, come il grande storico delle religioni Mircea Eliade non si limitasse a frequentare le librerie scorrendo i titoli esposti, ma assunse, tanta era la passione, un atteggiamento da «officiante» («non dimenticherò mai la febbre con la quale, arrivato a Parigi all'indomani della liberazione, li toccava, li accarezzava, li sfogliava»). Che cos'è, dunque, che fa scoprire ed amare un libro? Una parziale risposta proviene dalle pagine de *La coscienza critica* di Georges Poulet, quindi dalla saggistica letteraria più raffinata, quando discorre della lettura come la possibilità di congiungere due pensieri, quello dell'altro e il proprio, disegnando l'immagine di due rami di un fiume che seguono la stessa china. Attorno al lettore vi sarà una molteplicità di idee, in stretto rapporto con quelle messe in circolo dall'autore. «L'opera vive in me», scrive Poulet, con un movimento che oscilla tra l'esigenza di definirne la forma e quella di lasciarla libera di comporre le sue infinite variazioni.

Alla fine, però, al lettore interessano sempre i bilanci d'insieme, ed è proprio in quello spazio che il valore del libro va a collocarsi, sempre con sguardo attento alla qualità e ai segnali di una editoria sensibile all'esigenza di tenere alta la voce dell'autore.

IL PUNTO

Che cosa significa tenere tra le mani il catalogo di un editore? È cominciare un cammino che ci permette di attraversare luoghi sconosciuti. Allora volgiamo lo sguardo per cercare qualcosa che possa destare interesse, che crei analogie e continuità con quello che già conosciamo. Si scorrono i titoli, si leggono, qua e là, nomi rimasti nella memoria o che presto vi troveranno giusta collocazione. Il gioco è di rammentarsi dove e quando, per la prima volta, li abbiamo incontrati. Una riga dopo l'altra, le nostre conoscenze, le curiosità, anche i cattivi ricordi, si mescolano con titoli, date, mezze letture, letture rimandate, piena possibilità di partecipare a qualcosa di straordinario. È una intera biblioteca che si apre ai nostri occhi, ed è fondamentale non arrestarsi ai titoli ma ricercare il «dove e quando», le ragioni che si trovano dietro alle scelte, i tempi di quel lento procedere per strati e tentativi, per avventure dell'anima che è il catalogo di un editore. Insieme a ogni riga, ad ogni voce dell'indice dei nomi, vi sono delle idee, dei sentimenti, il lavoro di chi ha cercato di avvicinarsi, almeno un poco, al suo obiettivo più importante. Il libro risponde, anche, ai verbi «informare» e «riflettere», come alla presenza, insieme, di visioni contrapposte. Il disegno che si apre davanti a noi, i momenti della lettura che sono scanditi – uno dopo l'altro o per salti repentini – dalle scelte che trovano giusta dimora nel catalogo, ci danno il volto di un editore, la possibilità di comprendere la divisione tra «editoria sì» e «editoria no».

Il catalogo è anche il diagramma del tempo, il sismografo di una situazione spirituale, lo specchio nel quale possiamo guardarci e rivedere come eravamo. Dal primo all'ultimo titolo, è dell'editore il compito di farci comprendere qualcosa di più del proprio lavoro, dell'ordinare un'opera in fila all'altra. Dietro ad ognuna delle indicazioni bibliografiche si trova un intero universo: la fatica dell'autore, i sogni, le speranze, le illusioni, i momenti che hanno favorito certe scelte, gli errori, anche, poi le riflessioni, il lavoro di tipografia, le decisioni dell'ultimo istante, sino a giungere al lettore.

Tra le pagine di un catalogo è contenuto anche il pubblico con il quale l'editore ha scelto di avere un dialogo. Ed allora sono importanti i mutamenti di rotta, intravedere l'organismo vivo del lavoro editoriale, il reagire al mutare del tempo. Ma la domanda «con quale criterio si pubblica?» non rimane ine-



vasa. È compito dell'editore mostrarlo, del lettore scoprirlo e comprenderlo. In questo modo non si rimarrà nell'attesa, vana, di risposte, e la possibilità dello scambio vero tra editore e lettore raggiungerà degno compimento.

Le affinità intellettuali divengono importanti. La risposta di maggior impegno spetta dunque a chi, materialmente, si dedica alla scelta dei titoli ed al loro ordinamento, alla distribuzione nel tempo e all'interno delle collane. Come nasce il desiderio, o la necessità, di seguire un percorso anziché un altro, di aprirsi a certe riflessioni e di abbandonarne altre di pari importanza? Ad ogni passo si scoprono mondi che sono anche stazioni di dialogo con la propria eredità culturale: quella patrimonio di ogni lettore e quella tramandata dai titoli presenti nel catalogo. Da lì prendono via i cambiamenti, le esclusioni, le riproposte, i titoli ceduti ad altri editori, le traduzioni e le copertine rinnovate, l'esigenza di presentarsi sempre al passo col proprio lettore. Poi, ognuno conosce i punti forti e quelli deboli nella creazione di un catalogo, dai libri di qualità ma destinati ad un pubblico ristretto, a titoli nati insieme al mercato. La conclusione la lasciamo a Valentino Bompiani, ed è anche l'ultima delle nostre domande: «Servire qualcuno. Individua chi vuoi servire. Vuoi servire i tranvieri? Gli intellettuali? I giovani? Scegli il tuo pubblico e fa' dei tuoi libri un servizio. Ma non servire mai l'attualità».

L'AUTORE

PER UN TENTATIVO DI DIALOGO

Carlo Fiore e l'etica moderna

Mi sono sempre occupato, e preoccupato, come educatore salesiano, del mondo dei giovani, delle svolte che prendono le nuove generazioni, dei problemi emergenti dal magma ribollente del continente giovanile.

Avevo fondato e diretto per vent'anni una rivista rivolta ai giovani, «Dimensioni Nuove», che ebbe un periodo di punta negli anni Sessanta e Settanta, quando i fuochi del '68 illuminavano Parigi, e successivamente, si estendevano al nostro Paese.

Dalle mie esperienze e riflessioni venne fuori un libro, *Etica per giovani I*, che riscosse un imprevisto interesse.

“Un testo molto vivace – scriveva Gianfranco Ravasi su «Lecture» (n. 604, febbraio 2004) – che si sforza di trovare un linguaggio adatto alle nuove generazioni, tenendo conto del dibattito contemporaneo attorno al credere e ai suoi contenuti”.

Citavo Montanelli, Scalfari, Galli Della Loggia, per avviare i giovani ad un confronto en plein air.

La recensione più articolata ed imprevedibile mi venne da «Il Giornale dei lavoratori» delle Acli che esaminò anche il secondo volume *Etica per giovani II* condensando, dopo un'analisi minuziosa, il giudizio in questi termini: “Due libri estremamente attuali, che senza pretese di completezza e sistematicità (ma avrebbero qui senso tale pretese?) si propongono di approfondire i nodi più importanti della frammentata identità giovanile”.

I due volumi, che ebbero varie edizioni, non erano che il prologo ad un terzo volume, recentemente uscito sotto la spinta del degrado incalzante.

Le cronache nere dei giornali stavano diventando preoccupanti. La “notte della morale” sempre più fonda. Violenze, stupri, rapine, coltelli, baby gang sempre più audaci, al punto che si chiese di portare a



quattordici anni l'età imputabile.

Una società allo sbando? L'Europa perdeva la sua anima?

Studiosi, registi, scrittori, ritornarono alle antiche pagine del Decalogo. Non solo in Italia, ma in Europa. Kieslowski in Polonia girava in dieci puntate i Comandamenti per la TV¹, Biagi in Italia col Cardinal Tonini faceva altrettanto². I tedeschi allestivano a Dresda una mostra sul Decalogo, Savater scriveva i Dieci Comandamenti³, Giovanni XXIII nei viaggi in Polonia, passava di città in città illustrando in ciascuna un Comandamento. E a Taizé Frère Schutz, nei suoi ultimi incontri con i giovani, parlava di Comandamenti. E allora volli tirare le somme in uno studio conclusivo, *I Dieci Comandamenti per i giovani*, sfogliando non tanto i manuali dei moralisti classici, ma interrogando la quotidianità giovanile e sociale con i suoi buchi sempre più neri e sempre più larghi.

Mi rivolgevo ai giovani per chiarire loro che le Dieci Parole del Sinai non erano ricordi infantili o roba da codici arcaici per tribù arcaiche, ma “codici di sopravvivenza per oggi”, colonne portanti di una visione laica e cristiana del vivere civile, per impedire che questa nostra società malata trapassi nel vivere selvatico della giungla.

Ci sono riuscito in una frazione piccola piccola? Non lo so. Lo spero.

¹ Noti sotto il titolo di Decalogo.

² *I dieci comandamenti all'italiana*, in onda nel 1991

³ F. Savater, *I Dieci Comandamenti nel XXI secolo*, ultima edizione Milano, Mondadori, 2006.

Carlo Fiore, sacerdote salesiano, ha lavorato nel Movimento Giovanile Salesiano. Ha fondato e diretto per vent'anni la rivista «Dimensioni nuove», con la quale continua a collaborare. Per *Elledici* ha tra l'altro pubblicato *Etica per giovani I* (1998), *Etica per giovani II* (2003), *Il Credo per i giovani* (2005), *I Dieci Comandamenti per i giovani* (2006)

L'OPINIONE

INTERVISTA DOPPIA CON LE EDIZIONI PAOLINE E IL MULINO

Le Edizioni Paoline alla sfida del tempo Il Mulino e i suoi lettori.

T Il catalogo è insieme l'«anima e la forma» di un editore, ma anche un prezioso diagramma per comprendere qualcosa dei tempi e delle generazioni. Come nasce dunque un catalogo? Quali sono i meccanismi e le occasioni che contribuiscono a definirne la fisionomia?

Risposta EP: Un catalogo editoriale, cioè quell'insieme di collane e poi di libri che sono il biglietto da visita di un editore, non nasce a tavolino. Non ci si mette un giorno tutti attorno al tavolo dicendo: "Allora quale collana apriamo oggi?". Una collana, che contribuirà a formare il catalogo, nasce dopo lunga maturazione, dopo aver lasciato sedimentare, a volte anche per anni, un'istanza, una necessità, una richiesta impellente, nasce ... dopo aver ascoltato.

Ecco: un catalogo nasce dall'ascolto, nasce dall'accogliere le attese, le richieste spesso non esplicite, i segnali deboli dei nostri destinatari.

E nasce dall'osservazione (non solo visiva ma soprattutto interiore) del mondo in cui viviamo, delle persone che ci circondano. Don Giacomo Alberione, il nostro fondatore, ci diceva: "Quante volte vi ponete il grande problema: dove cammina, come cammina, verso quale meta cammina questa umanità che continuamente si rinnova sulla faccia della terra?".

E nasce dall'urgenza di colmare lacune, scuotere dall'indifferenza e superficialità, denunciare perbenismi e lentezze e pigrizie e ipocrisie di ogni genere.

E, per quanto ci riguarda, nasce dalla convinzione di avere un messaggio importante da comunicare e condividere con altri compagni di strada, senza il quale tutti saremmo un po' più poveri e aridi.

Non siamo una Casa Editrice per cui dobbiamo necessariamente cercare e trovare libri da pubblicare. Al contrario: poiché abbiamo qualcosa di importante da comunicare e far conoscere siamo una Casa Editrice.



Risposta M: Un catalogo nasce con la missione della casa editrice stessa. Nel caso del Mulino nasce dal suo mandato culturale quale contributo allo sviluppo e modernizzazione della cultura italiana, prima attraverso pubblicazioni nell'ambito delle scienze sociali di matrice anglosassone, secondo un approccio esplicitamente empirico e riformista, poi con l'allargamento ad altre aree disciplinari.

Un catalogo, abbiamo detto, col tempo rappresenta anche una eredità culturale. In che modo si avvia la «tradizione del nuovo», ovvero si riesce ad armonizzare in passato con il presente?

Risposta EP: Ogni editore conserva nel suo catalogo delle pietre miliari, dei libri evergreen, degli autori che non cederebbe a nessun altro, dei testi che hanno fatto la storia e la tradizione della casa editrice. Molti libri, mi riferisco ai classici, alle grandi opere dei Padri della Chiesa e dei maestri dello spirito, alla Bibbia ecc., non tramontano mai. Ma tramontano senza dubbio le introduzioni, gli apparati critici, la grafica, l'impaginazione... Allora è nostra cura, riproporli, ogni qualvolta se ne avverte l'esigenza, in maniera sempre nuova, attraente e aggiornata.

Risposta M: A fronte di un obiettivo editoriale come quello appena esposto, l'armonizzazione tra vecchio e nuovo è avvenuta attraverso la continua crescita in diversi ambiti disciplinari: storia, filosofia, linguistica, critica letteraria, antropologia, psicologia, sociologia, scienza politica, economia, diritto. In ognuno di essi si è cercato di fornire contributi innovativi con un occhio attento alla ricerca sia italiana sia internazionale e, al contempo, alla didattica e alla formazione, nonché alla divulgazione più allargata, sempre con un riferimento solido alla tradizione scientifica.

il Mulino

La cessazione o la nascita di nuove collane, la necessità di rapportarsi ad un pubblico che cambia, l'inserimento nel catalogo di argomenti nuovi, sono solo alcuni esempi che contribuiscono a fare dell'editoria anche una occasione di analisi sociale. Quali sono i punti del Vostro catalogo attraverso i quali ritenete di aver meglio rappresentato il cambiamento della società e del gusto dei lettori?

Risposta EP: Alcune collane nascono e si sviluppano perché un determinato momento e contesto storico le richiedono. L'editore percepisce, quasi "fiuta", la domanda di senso su alcune realtà, coglie il desiderio della gente di far chiarezza su alcuni problemi scottanti. E risponde con un lavoro di ricerca e di cesello, per individuare i linguaggi più adatti, che può durare anni e decenni. Nascono così le collane "gloriose" e "mitiche" di ogni editore di cui si parlava prima. Ma ci possono essere altre collane che rispondono a bisogni più passeggeri, anche se non meno urgenti, e che dopo un paio di anni non ha più senso continuare: rispondevano alle richieste di un determinato periodo storico e di un determinato pubblico che ora non c'è più. Si chiudono senza problemi e ci si mette in ascolto di altro. Per questo l'editore, secondo me, è una sentinella nella notte che scruta gli orizzonti, fiuta da lontano l'odore di fili di fumo, ascolta i brusii e i borbottii del sottosuolo, convinto che prima o poi si trasformeranno in incendi, rumori sordi e forse terremoti. E cerca di anticipare gli eventi facendosi trovare pronto e preparato quando essi accadranno. Ed è in questa fase di ascolto che intuisce a quale pubblico rivolgersi: se ai bambini ai giovani o agli anziani, se alle famiglie o agli intellettuali o a più destinatari insieme diversificando le medesime proposte.

Risposta M: Il Mulino, attraverso il catalogo, si è sempre rivolto a pubblici differenti: dagli studiosi, agli studenti, fino al pubblico colto in genere. In ogni area ha

cercato di fornire strumenti di lettura della realtà sociale circostante e del cambiamento, in particolare attraverso la collana «Contemporanea» e «Farsi un'idea» ha seguito l'evoluzione della nostra società rivolgendosi al contempo a un pubblico ampio, con libri sui temi più attuali e affrontando argomenti il cui interesse risulta profondamente connesso al contesto storico.

Ritiene possibile individuare le linee portanti di un catalogo, valide in generale, oppure ogni esperienza editoriale è una storia a sé?

Risposta EP: I punti forti di un catalogo sono quelli, a mio avviso, per i quali l'editore si è fatto conoscere, apprezzare, stimare, ricercare. E l'editore si accorge dove è il suo punto forte dal numero di ristampe dei suoi libri. E sono questi punti forti che andrebbero intensificati, rafforzati, ampliati, mai trascurati. Ad

esempio se noi Paoline siamo riconosciute forti nel campo della spiritualità o nella divulgazione seria o nella letteratura religiosa per bambini o nelle opere patristiche e bibliche, ebbene sono proprio queste le aree che dovremmo sviluppare con maggior attenzione e serietà convogliando tutte le energie a disposizione e senza perdere di vista altri orizzonti. Credo, di conseguenza, che sia abbastanza facile individuare anche i punti deboli. Basti leggere la mission di ogni casa editrice e vedere dove c'è incoerenza, vuoti non giustificabili, insignificanza, poca incisività, poco rischio. In altre parole i punti deboli del catalogo di un editore si possono individuare in quelle collane che faticano ad esaurire la prima tiratura oppure quando non si è presenti o significativi su alcune aree del catalogo pur essendo importante per raggiungere la finalità che si è data. I motivi di debolezza possono essere imputabili a molteplici fattori: aver esplorato terreni



nuovi senza possedere una tradizione forte su quell'area (e sappiamo che affermarsi su un filone culturale nuovo non è facile e richiede tempi lunghi), aver anticipato troppo i tempi del cambiamento per cui abbiamo prodotto "offerta" ma senza una precisa "richiesta".

Risposta M: Come appena indicato, le linee portanti del nostro catalogo sono rappresentate dalle nostre collane: il mezzo principale per raggiungere i nostri pubblici di riferimento.

Siete d'accordo con questa considerazione di Valentino Bompiani: «Servire qualcuno. Individua chi vuoi servire. Vuoi servire i tranvieri? Gli intellettuali? I giovani? Scegli il tuo pubblico e fa' dei tuoi libri un servizio. Ma non servire mai l'attualità»? In che modo sentite di rivolgervi davvero ad un pubblico?

Risposta EP: La considerazione di Bompiani mi trova d'accordo solo in parte. Senza dubbio è necessario che l'editore individui il suo pubblico, ma io direi che ogni collana deve avere il suo destinatario di riferimento ben definito. Di conseguenza un editore, avendo in catalogo molte collane, ha vari pubblici di riferimento. Ad esempio noi Paoline ci rivolgiamo contemporaneamente ai bambini, ai giovani, alle famiglie, ai catechisti e parroci, agli intellettuali e professori, ai pensatori seri, cristiani o atei, ai membri di varie associazioni... Tutti ci stanno a cuore, nessuno ci è estraneo, a tutti vorremmo portare il messaggio cristiano. E se una preferenza dobbiamo pur accordarla questa dovrebbe andare ai più lontani, ai "pagani" a coloro che non conoscono ancora Gesù Cristo e il suo messaggio di vita, sullo stile di san Paolo che si è fatto tutto a tutti.

Sono d'accordo con Bompiani se "non servire mai l'attualità" intende non ricercare il sensazionale, lo scoppio, il libro di cassetta a scapito di una riflessione pacata e non superficiale. Ma attingere dall'attualità,

servire l'attualità, in un altro senso, può diventare un gran servizio se significa amare il mondo in cui viviamo (e non quello di 50 anni fa), essere con il cuore e con la mente tesi a leggere in profondità ciò che ci sta succedendo qui e ora e aver qualcosa da dire e che possa interessare la vita concreta degli uomini e delle donne di oggi, nostri contemporanei.

Risposta M: L'affermazione di Bompiani è pienamente condivisibile, come si evince del resto da quanto detto finora. Il Mulino ha avuto sempre come punto di riferimento il lettore, un esempio su tutti, ma facilmente trasferibile a tutti gli altri ambiti della casa editri-

ce e del catalogo, è rappresentato dai volumi per l'università: nella sua produzione rivolta alla didattica universitaria, la casa editrice è sempre stata attenta agli studenti, seguendo costantemente le innovazioni della riforma universitaria, prestando particolare attenzione a fornire manuali fruibili e sempre aggiornati.

*Per Edizioni Paoline ha risposto Sr Nadia Bonaldo, Direttrice Paoline Editoriale Libri.
 Per il Mulino ha risposto Daniele Malaguti, Editor di Psicologia - Società editrice il Mulino.*



Le inquietanti domande di Sergio Quinzio sulla fede

Un denso volumetto pubblicato dalla casa editrice Morcelliana ci ripropone una figura importante e interessante della recente cultura cattolica italiana, e i problemi che questa ne ha incarnato. *Mi ostino a credere* (pp. 78, H 10) raccoglie, a dieci anni dalla morte, un'intervista rilasciata a Gabriella Caramore e a Maurizio Ciampa per Radio Tre da Sergio Quinzio (1927-1996). L'intervista ripercorre le tappe esistenziali di Quinzio, dalla nascita ad Alassio e dall'infanzia in una famiglia di padre indifferente alla religione e di madre invece dalla fede semplice e salda; poi con gli studi e una carriera, nell'esercito, remotissima da ogni sensibilità riflessiva. Alcuni articoli pubblicati su «Tempo presente» richiamano però sul loro autore l'attenzione dei dirigenti della casa editrice Adelphi, e inizia così una collaborazione che si concretizza in una serie di volumi che si snodano da Diario profetico a *Mysterium iniquitatis* passando attraverso titoli altrettanto indicativi quale *Religione e futuro* e *Cristianesimo dell'inizio e della fine*.

Quinzio si colloca infatti, come dichiara egli stesso in queste pagine, nella dimensione "primitiva" del cristianesimo, fra coloro che allora «sperarono e disperarono» nell'attesa della Nuova Venuta, della scomparsa della morte e della resurrezione. Il dramma della vita è quest'attesa lacerante, e il tragico dell'esistenza è nel dubbio di saper resistere all'interrogativo: «Perché non torna?». Se è un dono la fede, lo è altrettanto la speranza: entrambe non sono un posses-

so ma «una scommessa di ogni giorno della propria vita». Altrettanto il tragico della storia è che per due millenni essa si compone di continui "rinvii", col «senso di un continuo procrastinarsi della salvezza». I cristiani come gli ebrei partono e si muovono nell'esperienza di una «profonda delusione» per la persisten-

za del male, per l'apparente silenzio e assenza di Dio (è l'eterno problema agostiniano del Male che continua a turbare le menti e le coscienze): così nei primi tempi, e poi nel Medioevo, e nell'era moderna, e nell'oggi, quando sembra che i fondamenti stessi della fede cristiana vengano meno, non solo per il credente tiepido, ma anche per quello praticante. Cosa significano ancora, anche per quest'ultimo, si chiede Quinzio, verità fondamentali quali la divinità stessa di Gesù, la sua resurrezione dalla morte e quella di tutti i morti, la vita eterna, di gaudio nel Paradiso e di sofferenza nell'Inferno? È, in generale, un distacco dalla "lettera" dei testi sacri ciò che lamenta questo biblista. E quanto allo stesso Concilio Vaticano II, esso gli appare il frutto, condizionato, di una situazione sociale e di una cultura, quella dello sviluppo, già scomparsa in un mondo avvinghiato da ben altri problemi.



Carlo Carena è uno dei più autorevoli critici letterari e saggisti italiani. Tra le numerose opere si ricordano, per l'editore Einaudi, la cura dei Pensieri di Pascal e de Le lettere di San Paolo. Contributo già apparso in «Jesus» n. 6, giugno 2006. Per gentile concessione delle edizioni San Paolo.