

ex libris

La lotta dell'uomo
contro il potere
è la lotta della memoria
contro l'oblio.

Milan Kundera

la finestra sul cortile

UN'ANTICA PRIMAVERA

Roberto Parpaglioni

L'uomo di mia nonna faceva la comparsa a Cinecittà. Poi in giro si disse che non faceva più la comparsa a Cinecittà, ma la guardia giurata al Palazzo dei Congressi.

La mattina del 2 giugno, mia nonna sistemò le sedie davanti al televisore. Era la sola nel condominio a possederne uno e, spesso, la gente saliva per guardare un film o seguire un gioco a premi. Io mi affacciai alla finestra della cucina e perlustrai l'intero cortile. Un paio di amici giocavano con le biglie di vetro, un altro correva in bicicletta. Sollevo lo sguardo verso la finestra di Giuseppina, per capire se ancora stesse in casa.

Arrivò che la telecronaca era già iniziata. Si fece largo nel piccolo gruppo di spettatori e venne a prender posto sulla mia stessa sedia.

Che mia nonna fosse dotata di una gran bella fantasia,

era cosa nota a tutti. Quella volta s'era inventata che Enrico, in quanto guardia giurata, avrebbe sfilato in Via dei Fori Imperiali insieme al resto delle forze armate italiane. Cosa nota la sua fantasia, eppure, quando all'improvviso si alzò per indicare un punto quasi impercettibile dello schermo, a tutti parve davvero di riconoscere Enrico in divisa, che marciava.

Nel pomeriggio, ci fu il gioco della bottiglia. Eravamo una decina. Giuseppina si era tinta le unghie con lo smalto rosso.

Benché avessimo entrambi dodici anni, da qualche tempo sembrava essersi fatta più grande di me. Ormai vantava amicizie ben oltre il cortile, e c'era addirittura chi la dava per fidanzata con uno delle giostre a San Giovanni.

Lei ogni giorno negava, stufa di sentir parlare sempre di



sé. E anche quella volta, appena la bottiglia si fermò con il collo dalla sua parte, trovò giusto ribadire davanti a tutti che il suo unico fidanzato ero e rimanevo soltanto io.

La sera, mentre mia nonna preparava la cena, Enrico prese la chitarra e mi chiese di cantare insieme a lui *Besame mucho*. Io gli andai dietro un po' a caso, senza conoscere le parole. Lui, invece, oltre ad essere un bravissimo cantante, sapeva parlare anche lo spagnolo.

A metà canzone, lo lasciai proseguire da solo e mi spostai verso la finestra. Giusto in tempo per vedere, nella penombra del cortile, Giuseppina che usciva dal portone e si incamminava verso San Giovanni.

Mia nonna, girata di spalle, seguiva a cucinare, facendo finta di non accorgersi che quella canzone, e insieme ad essa l'aria tiepida che entrava dalla finestra, la luce ancora fragile della luna e delle stelle, tutto era dedicato a lei. Ma il vero divertimento, in fondo, stava proprio lì. Anch'io lo capivo. E il sorriso complice di Enrico, per un momento, mi fece sentire un po' più grande.

I nostri anni

in edicola
la videocassetta con
l'Unità a € 6,50 in più

orizzonti

idee | libri | dibattito

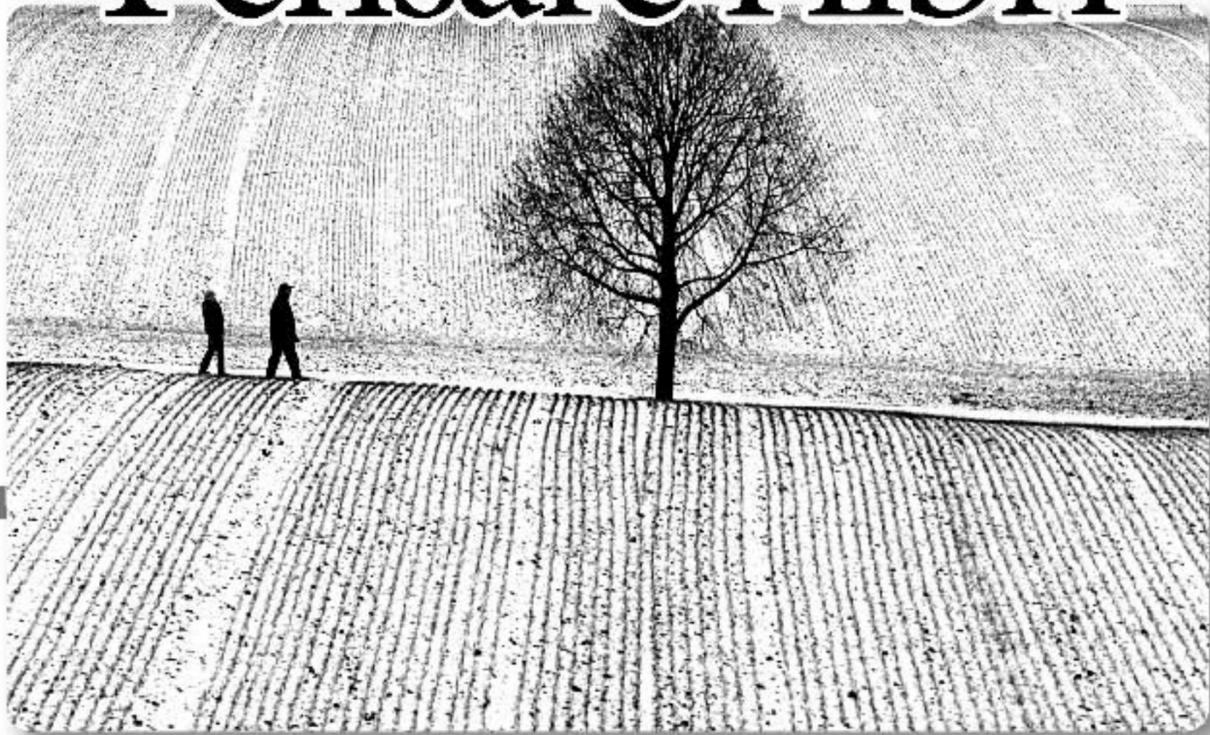
La Cgil e il Novecento italiano

in edicola dal 1° maggio
la videocassetta con
l'Unità a € 4,90 in più

Gian Carlo Ferretti

ANTICIPAZIONE

Pensare i libri



Come e perché viene pubblicato un libro, in quella casa editrice e non in un'altra, con una scelta editoriale e intellettuale insieme. Come e perché viene prodotto in quella veste e in quella collana, in quella tiratura e con quel prezzo. Come e perché viene lanciato sul mercato in quel momento e in quel modo, tra pubblicità e servizio stampa. Come e perché ottiene quei risultati di stampa, di critica e di vendita. Sulla base poi di queste fasi è modalità decisionali, produttive e promozionali-distributive, come e perché uno scrittore einaudiano può essere o non essere (apparire o non apparire) diverso da uno scrittore mondadoriano o rizzoliano o altro, e viceversa. Contribuendo o non contribuendo tutto questo alla elaborazione e realizzazione di una politica e di una immagine editoriale.

Il problema di fondo sotteso a queste domande, riferite all'editoria italiana del Novecento, è in sostanza quello della presenza o meno (e della presenza più o meno forte) di una coerente identità editorial-letteraria, che nasca dal rapporto consapevole tra l'editore, il suo progetto, i suoi funzionari e consulenti, i suoi redattori, la sua macchina, e che si realizzi nella sua politica d'autore, di collana e di prodotto, nelle sue edizioni e nei suoi autori, nel suo catalogo, nella sua politica di distribuzione e commercializzazione: arrivando con tutto questo a esprimersi anche nei suoi lettori. Con rapporti di reciproca e più o meno diretta influenza e conseguenza con questo o quello schieramento ideale, e in generale con il dibattito, la ricerca e la creatività diffusa. Un processo, naturalmente, che può avere una infinita serie di varianti, sia per il passaggio da una organizzazione pre/proto-industriale o artigianale a una fase industriale capitalista avanzata, sia per le specificità che sempre distinguono nettamente un autore dall'altro, all'interno e al di là delle rispettive costanti.

Sono queste le linee ideali di un lavoro critico, che rappresenta il pieno sviluppo di ricerche e scritti iniziati dall'autore del presente libro negli anni Cinquanta-Sessanta, e pervenuti a una prima sintesi nel suo *Mercato delle lettere*, apparso nel 1979 tra non pochi contrasti. Un lavoro critico che nel realizzarsi ora in una storia organica, si propone altresì di portare un contributo nuovo (di risultati ma anche di problemi aperti e di ricerche da completare) nel settore degli studi sull'editoria in Italia. Un vero settore di tali studi in Italia si è costituito tra ritardi e carenze soltanto negli ultimi due decenni, ma appare oggi affollato da studiosi di varie discipline, storici, economisti, sociologi, italianisti, ecc., e caratterizzato da diverse direzioni di ricerca e di analisi, come la storia delle idee, la storia economica e imprenditoriale, le evoluzioni e fortune dei generi e sottogeneri, il ruolo del lettore, i problemi tecnico-amministrativi di gestione e di marketing, i movimenti del mercato, i rapporti tra libro e mass media, l'editoria elettronica, per indicarne qui solo alcune. Un settore che ha visto anche una vasta fioritura di istituzioni, cat-tedre, master, mostre, ecc.

Va detto altresì che sull'identità editorial-letteraria come tema di ricerca e di studio, hanno pesato sia le preoccupazioni per gli oggettivi pericoli di determinismo che vi sono connessi, sia i soggettivi pregiudizi e sospetti sulla liceità o possibilità di un rapporto tra letteratura, editoria e mercato, o tra testo, produzione e prodotto, fino all'accusa di *lesa autonomia* della letteratura stessa. Pericoli e pregiudizi che si possono dissolvere nel vivo di una ricerca quanto mai rivelatrice e utile. Analizzando una struttura editoriale come fabbrica produttiva e officina culturale insieme, in cui si incontrino o scontrino creatività e professionalità, ruoli intellettuali e aziendali. Impostazione nella quale l'autore di questo libro è stato aiutato anche dalla personale esperienza di giornalismo e di editoria, oltre che di critica letteraria.

Come criterio di valutazione perciò si è

*Mondadori e Bompiani,
Vittorini e Sereni
editori protagonisti
e direttori di collana capaci
di accompagnare e «formare»
gli scrittori: la storia
dell'editoria italiana nasce
e si caratterizza con identità
fortemente marcate*

ritenuto utile ricorrere alla categoria della qualità, secondo una particolare accezione: categoria cioè nella quale le specificità letterarie dell'opera e le proprietà editoriali del prodotto, il valore testuale e la destinazione di mercato, e ancora le prospettive di crescita intellettuale e di carriera o fortuna, di produttività e di durata di un autore, tendono a confondersi in una gravidanza che può anche essere ambigua. Un criterio comunque, che può funzionare sia a livello artistico sia a livello artigianale, nei confronti di un pubblico elitario o di massa. Ancora una volta ovviamente, con tutte le infinite varianti del caso.

Si possono dunque distinguere, a proposito di tutto ciò, due fasi fondamentali. L'identità editorial-letteraria infatti è tipica di una fase storica che inizia nell'Ottocento e che nel Novecento vien trovando i suoi esiti più compiuti: quando l'editore si presenta come una individualità sempre

più definita, un vero editore protagonista (Arnoldo Mondadori o Valentino Bompiani o Giulio Einaudi o altri), capace di imprimere una forte personalizzazione al suo progetto e all'intero processo che va dalla scelta del testo alla veicolazione del prodotto; quando la scelta di un testo e la decisione di pubblicarlo possono passare attraverso un dibattito interno o una collegialità di giudizi o un editing praticato come sperimentazione e come ricerca; quando uno scrittore può percorrere dentro una casa editrice un iter più o meno lungo di formazione e affermazione, attraverso il magistero e la maieutica di un direttore di collana, venendo anche promosso da una collana all'altra, come molti narratori dai Gettoni ai Coralli einaudiani negli anni Cinquanta; quando una collana, come il sofo delle muse diretta da Leo Longanesi per Rizzoli nei primi anni Quaranta, o Lo specchio durante la direzione letteraria mondadoriana di

Vittorio Sereni (1958-75), diventa espressione di una precisa idea di narrativa o di poesia; quando la riscrittura o traduzione di un testo si possono considerare atto creativo e proposta culturale insieme; quando perfino la scelta di una illustrazione di copertina, e cioè l'accostamento tra uno scrittore e un gusto figurativo preesistente vale un intero saggio critico; quando per vari decenni l'autore Einaudi o l'autore Garzanti, l'autore Mondadori o l'autore Rizzoli, non si possono in alcun modo confondere tra loro (e quando può accadere lo stesso per il lettore); ecc. Tanto che il passaggio di Giorgio Bassani e di Carlo Cassola da Einaudi rispettivamente a Mondadori (1968) e a Rizzoli (1973) fanno addirittura scandalo. L'identità editorial-letteraria può venir anche difesa da un'agenzia, come nel caso dell'Ali e dell'intelligente e lungimirante Erich Linder, che ne fa spesso un criterio di coerenza, rigore, correttezza all'interno del

mercato. C'è poi una vicenda quasi paradigmatica: Elio Vittorini che aiuta Italo Calvino a superare i suoi residui complessi neorealisti e impegnati, e nel 1952 lo convince a pubblicare la favola allegorica del *Visconte dimezzato*, non nella sede marginale di una rivista come Calvino voleva, ma sotto il marchio incisivo dei suoi Gettoni. Dove lo sperimentalismo innovativo quanto durevole di Casa Einaudi e il rapporto tra il consulente-maieuta Vittorini e il consulente-scrittore Calvino, portano alla pubblicazione di un libro che segna una svolta nella produzione calviniana, mette in crisi il panorama neorealista italiano e contribuisce alla formazione di un lettore nuovo.

Una identità editorial-letteraria può anche avere manifestazioni opposte, come un rifiuto più o meno sottaciuto e l'esplosione di un caso letterario. Accade negli anni Cinquanta con la vicenda del *Gattopardo*, che

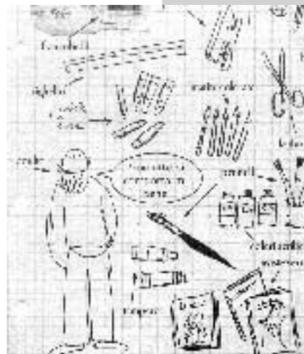
in tal modo illumina alcuni aspetti significativi della Mondadori e della Feltrinelli, rispettivamente protagoniste del rifiuto e della pubblicazione, e illumina altresì la coerenza di un intellettuale-editore come Elio Vittorini, che nella sua doppia consulenza aveva sostanzialmente giudicato adatto il romanzo per la Mondadori e inadatto per la collana sperimentale dei Gettoni einaudiani. Ma c'è tutto un *sommerso* composto, oltre che di rifiuti, di progetti non realizzati, o di censure, autocensure, editing, che possono contribuire a una storia dell'editoria quanto i titoli pubblicati, e che in molti casi offrono materia anche per studi di variantistica specificamente editoriale.

Quella identità può trovare conferma perfino in certe bibliografie *trasversali*, di autori cioè per i quali appare difficile indicare un solo rapporto editoriale costante e qualificante, come Carlo Emilio Gadda o Franco Fortini. Quella *trasversalità* infatti ha un senso specifico proprio perché esistono tante marcate identità editorial-letterarie, delle quali essa è il risvolto. Mentre non lo avrà quando, a partire dagli anni Settanta, verrà prevalendo una generale intercambiabilità di progetti, politiche editoriali, quadri dirigenti, linee grafiche, e un vero e proprio nomadismo di autori, con il progressivo indebolimento e la tendenziale scomparsa di una vera identità editorial-letteraria, e dell'attiva differenza e vitale conflittualità ideale e culturale sottese alla presenza delle identità.

Una storia dell'editoria letteraria italiana dal 1945 al 2003, con una diffusa trattazione del ventennio che la precede e prepara, diventerà così la storia di quella identità, della sua piena affermazione e del suo progressivo declino, con tutte le ulteriori conseguenze e implicazioni, e nel contesto generale della società e della comunicazione. Una ricostruzione che partirà dalle figure di editore protagonista, che in quel ventennio appunto vengono maturando e definendo le loro esperienze e personalità. Una ricostruzione inoltre, che terrà conto di tutte le necessarie relazioni e interazioni con l'editoria extralitteraria, con la produzione parascolastica e universitaria, e in qualche misura dell'editoria scolastica e per ragazzi: fino a delineare la storia dell'intera editoria. Anche per valutare il posto e il ruolo che viene via via ad assumere la produzione letteraria (e critico-letteraria) nel contesto complessivo delle varie fasi e case editrici. Centrale resterà comunque per la valutazione di una identità, la narrativa e quella italiana in particolare, a proposito della quale più stretto e diretto e pregnante appare il nesso tra le politiche d'autore e gli interessi di mercato degli editori, le fortune critiche e di pubblico, oltre alle istituzioni letterarie più o meno ufficiali.

Una puntualizzazione conclusiva. La discriminante dell'identità editorial-letteraria, sulla base delle argomentazioni portate qui, sembra più efficace e produttiva della discriminante di un'editoria di cultura o di progetto contrapposta più o meno esplicitamente a un'editoria di mercato: discriminante quest'ultima adottata da tempo in molti studi e viziata da sottintesi elitari. Lo si dovrà verificare naturalmente nel corso dei decenni analizzati in questo libro, anche se si può anticipare fin d'ora una breve riflessione, con un raffronto facilmente generalizzabile. Non c'è dubbio che Einaudi e Mondadori rappresentino due modelli fondamentali e alternativi per buona parte di questi stessi decenni, ma la discriminante che li riguarda non è tra cultura e mercato, bensì nel diverso modo in cui questi due momenti interagiscono nelle loro rispettive politiche editoriali, e perciò nelle differenze tra le loro rispettive identità. A piccola ma significativa riprova dell'inefficacia di quel criterio discriminante elitario, si può notare come sia stato possibile e legittimo usare la stessa immagine per entrambi i modelli in questione. *Pensare i libri* per intitolare una storia di Casa Einaudi, e *«pensare un libro»* per definire la strategia di Arnoldo Mondadori. Ancora una volta argomentando in entrambi i casi, l'assai differente modo di *pensarli*.

dai grandi ai piccini



Pubblichiamo in questa pagina un brano della *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003* di Gian Carlo Ferretti, da oggi in libreria per i tipi di Einaudi (pagine 517, euro 22), la prima storia organica del percorso editoriale nel nostro paese: non solo storia, ma come funziona la macchina editoriale, aneddoti, i casi letterari, i rapporti con il potere.

Per chi, invece, vorrebbe fare l'editore, ma quando sarà grande, segnaliamo *Il libro dei libri*, di Niccolò Barbiero e Giulia Orecchia (Salani, pagine 151, euro 9,50), un manuale illustrato (una pagina nell'immagine a fianco) per imparare a costruire i libri: dal libro col buco al libro «marziano», da come si scrive una lettera a come si fa una copertina, istruzioni per illustrare, scegliere i caratteri e perfino per organizzare una propria fiera del libro.