

**Monica Zanardo**

Gian Carlo Ferretti, Giulia Iannuzzi

*Storie di uomini e libri. L'editoria letteraria italiana attraverso le sue collane*

Roma

Minimum Fax

2014

ISBN: 978-88-7521-571-2

Gian Carlo Ferretti e Giulia Iannuzzi ci raccontano 44 *Storie di uomini e di libri* percorrendo *l'editoria letteraria italiana attraverso le sue collane*: una scelta che permette di cogliere le contropunte soggiacenti alla pubblicazione di un libro, in quel dialogo tra autore, editore, curatore della collana che si pone alla base del panorama letterario solo successivamente vagliato e reinterpretato dai lettori e dai critici.

Il volume dedica singoli capitoli alle principali collane dell'editoria italiana, tracciandone genesi e sviluppi in modo chiaro e sintetico, e concludendo ciascun capitolo con una scheda contenente un riepilogo, i rimandi ad altre collane e una nota bibliografica. Un approccio pratico e maneggevole, che permette di afferrare agevolmente l'identità delle diverse collane, rintracciando i diversi fili che compongono il tessuto culturale del nostro Novecento. Gli autori muovono dalla certezza che «le collane in sostanza possono *fare storia* da sole, con la concretezza dei loro autori e direttori, opere e valori» (p. 5): e ciò è reso evidente dall'autonomia di ciascuna scheda, che inserisce le collane nel panorama politico ed economico in cui sono nate, ne traccia l'evoluzione e ne descrive i protagonisti principali. A questo aspetto di comoda consultazione si aggiunge la possibilità di percepire – nella lettura complessiva del libro – l'intersezione tra i diversi progetti editoriali, che intercettano ragioni letterarie, umane, personali, ma anche politiche e di mercato. Rispetto a una storia dell'editoria costruita attorno alle personalità editoriali o a periodizzazioni cronologiche (pensiamo ad esempio proprio a Gian Carlo Ferretti e alla sua *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, Torino, Einaudi, 2004) valorizzare l'identità delle singole collane permette di porre l'accento su dati non marginali quali la tiratura, il lavoro di *scouting* e le personalità dei curatori delle collane.

Emergono, ad esempio, le diverse figure di editor, come Sereni «discreto e sensibile» (p. 89), molto diverso da Vittorini, il cui intervento sui testi è «spesso violento (e geniale)» (p. 96), o ancora Longanesi che «sui testi è di una spregiudicatezza al limite e talora oltre il limite della correttezza: taglia, rimaneggia, riscrive e fa riscrivere» (p. 101), e, pure nello «spazio di collaborazione e dibattito collettivo» (p. 108), il ruolo di Calvino in Einaudi, che con «Centopagine» dà vita a una collana d'autore in cui «il Calvino editore agisce in base anche alla sua poetica di scrittore, alle sue riflessioni di saggista e alle sue personali predilezioni di lettore» (p. 243), come risulta pure dal suo epistolario (Italo Calvino, *I libri degli altri. Lettere 1947-1981*, a cura di Giovanni Tesio, Torino, Einaudi, 1991).

L'identità specifica delle collane diventa una cartina di tornasole che rispecchia le strategie culturali (e non) della casa editrice in seno alla quale nasce. Alcune collane (o case editrici) mostrano una connotazione geografica: come le collane e riviste di Vallecchi o «La Memoria» di Sellerio e (in parte) anche «Poesia» di Neri Pozza.

Nel difficile equilibrio tra istanze culturali ed esigenze commerciali, le case editrici hanno avuto reazioni diverse: se Mondadori, ad esempio (in particolare a seguito dell'esautoramento di Sereni), ha mostrato una maggiore propensione ad assecondare le logiche commerciali, altri editori (e segnatamente quelli di piccole dimensioni) hanno puntato sulla specializzazione (la «Collana Praghese» di e/o), sull'originalità («Lèkythos» di Crocetti) o sullo *scouting* («Letterature» di Theoria), svolgendo «un importante lavoro di sperimentazione, scoperta, investimento sul nuovo» (p. 283).

È interessante osservare, inoltre, come il successo di pubblico e il prestigio culturale non sempre vadano di pari passo: sembrerebbe quasi un luogo comune, eppure si ripete spesso che «a quanto pare un'impresa editoriale può produrre guadagni notevoli soltanto a condizione che i buoni libri siano sommersi fra molte altre cose di qualità assai differente» (Roberto Calasso, *L'impronta dell'editore*, Milano, Adelphi, 2013, pp. 79-80). I dati sulla tiratura e le vendite tendono a confermare questo assunto: è il caso di «Edizioni di Solaria», collana della rivista «Solaria», il cui successo «si misura, piuttosto che in termini di vendite, nell'influenza sul panorama culturale coevo» (p. 21) e, successivamente, di «Collezione di Letteratura» (collana della rivista «Letteratura») che è «un prodotto editoriale cenacolare e artigianale» (p. 72) che tuttavia ha accolto nomi di primo piano della letteratura italiana quali Gadda, Vittorini, Landolfi, Bilenchi. Un assunto critico che ha spinto verso un certo snobismo culturale, rendendo la critica diffidente nei confronti del successo di pubblico: ne sono emerse talvolta distorsioni che hanno ipotecato la ricezione di alcuni autori o romanzi. Due esempi su tutti: *La Storia* di Elsa Morante (vero caso letterario nel 1974) e Guareschi, «per molti anni ai margini o escluso dall'interesse della critica letteraria» (p. 124), forse penalizzato proprio dalla sua pubblicazione nella collana «Mondo Piccolo», «segnata da una significativa divaricazione tra successi di pubblico e di critica» (p. 124).

Ma sono rilevanti anche le dinamiche e modulazioni interne tra collane di uno stesso editore, puntualmente segnalate e contestualizzate da Ferretti e Iannuzzi. Tanto in Einaudi quanto in Mondadori le collane dialogano tra loro: autori proposti e quasi testati nei «Gettoni» einaudiani «si affermano e passano poi a pubblicare nei Coralli e nei Supercoralli» (p. 150), mentre analogamente «rispetto alla sottoserie poetica presente nel Tornasole, Lo specchio si presenta, nella volontà di Sereni, come un traguardo, un punto d'arrivo, la collezione in cui pubblicare libri fondamentali di autori con un percorso già consolidato o in via d'affermazione» (p. 88). In questo senso la presenza o meno di un autore in determinate collane è indice della sua portata culturale o del gradimento di pubblico (di mercato), aspetto che conferma l'opportunità di raccontare queste *Storie di uomini e di libri* attraversando le singole collane.

Le schede delle collane, che abbiamo visto essere autonome (pensate, cioè, per una consultazione a lemma), implicano per necessità la presenza di ripetizioni nel volume: questa caratteristica intrinseca e funzionale ha una conseguenza che costituisce un potenziale valore aggiunto del libro. Infatti, pur nelle diverse fisionomie delle collane e delle case editrici, e pur nelle diverse caratteristiche degli *uomini* e dei *libri* implicati, la parabola descritta nelle varie schede pare seguire sempre il medesimo corso. Proprio da questa insistenza, dalla necessità di ribadire – per completezza – la persistenza di certe logiche, il volume di Iannuzzi e Ferretti produce in chi lo percorre da cima a fondo un effetto straniante. Se non stupiscono – per le collane più anziane – le comuni difficoltà incontrate nel ventennio fascista, colpisce invece il fatto che *Storie di uomini e di libri* diventi quasi una celebrazione postuma delle collane e del loro ruolo culturale: «la *politica* e il *discorso di collana* e la funzione-collana stessa, coerenti con una consapevole idea di cultura e di letteratura, si avviano a una crisi irreversibile nel quadro di una serie di profonde trasformazioni (e anche involuzioni) dell'editoria libraria» (p. 6). Una crisi che si percepisce in ciascuna delle 44 schede che compongono il volume, e che assume sfumature diverse: progetti editoriali solidi e consapevoli si infrangono contro i gusti del pubblico o i bilanci aziendali, mentre l'editore o si riserva un prodotto di nicchia o – al contrario – mostra un atteggiamento di prudentiale appiattimento, rinunciando così al ruolo culturale dell'editoria. Contemporaneamente, «il diffuso nomadismo degli autori – che peraltro non segue in tutti i casi un percorso lineare dalla sigla di piccole dimensioni alle più grandi, ma percorsi più complicati – è sintomo anche di una sempre più significativa perdita delle identità culturali e di collana» (p. 284). La perdita, cioè, di quella che Roberto Calasso ha chiamato *L'impronta dell'editore* (Milano, Adelphi, 2013).

Viene da chiedersi se questo scenario apra la strada al *self publishing*, in cui all'editore protagonista (Gian Carlo Ferretti, *Storia dell'editoria letteraria in Italia. 1945-2003*, p. 3) subentri per necessità l'autore protagonista della valorizzazione della propria opera. Da una parte è noto come grandi titoli e autori hanno rischiato di restare sommersi nell'impubblicato per scelte editoriali (Ferretti e

Iannuzzi ci ricordano, tra gli altri, i clamorosi rifiuti di *La meglio gioventù*, p. 82, *Se questo è un uomo*, p. 110, Camilleri, p. 137, *Il Gattopardo*, p. 159); dall'altra parte non si può non riconoscere all'editore un ruolo di primo piano come propulsore culturale proprio in virtù della categoria del «giudizio, che è la vera prova del fuoco per l'editore. In mancanza di quella prova, l'editore potrebbe anche ritirarsi dalla scena senza essere troppo notato e senza suscitare troppi rimpianti» (Roberto Calasso, *L'impronta dell'editore*, Milano, Adelphi, 2013, p. 145).

Qual è dunque il destino della letteratura nell'epoca delle collane contenitore? Ferretti e Iannuzzi non rispondono a questa domanda, ma dalle *Storie di uomini e di libri* che loro tracciano è difficile che non giunga a porsela il lettore.