

Isotta Piazza

Gian Carlo Ferretti

Il best seller all'italiana. Fortune e formule del romanzo «di qualità»

Prefazione di Virna Brigatti

Milano

Ledizioni

2019

ISBN 978-88-5526-070-1

Best seller all'italiana è uno dei sintagmi critici più fortunati e longevi, utilizzato ancora oggi tra gli addetti ai lavori. Gian Carlo Ferretti ne ha coniato anche altri, come “editori protagonisti” e “protagonisti nell'ombra”, questi ultimi forse più noti agli studiosi di editoria che ai critici letterari. A partire dagli anni Novanta, infatti, Ferretti si è occupato principalmente di storia dell'editoria italiana del Novecento, divenendone uno dei massimi interpreti, grazie al fondamentale saggio *Storia dell'editoria letteraria in Italia, 1945-2003* (Torino, Einaudi, 2004), e a numerose monografie dedicate ai maggiori letterati editori del Novecento: da Elio Vittorini a Niccolò Gallo, da Cesare Pavese a Giorgio Bassani (insieme a Stefano Guerriero). *Il best seller all'italiana* è stato scritto prima di questa svolta, quando Ferretti era, prioritariamente, un “critico militante” che interrogava la *letteratura circostante* (di allora), e *in primis* quella romanzesca, con piglio rigoroso e a volte polemico, come in questo saggio che oggi è possibile rileggere, o leggere per la prima volta, grazie ad una nuova edizione (la terza, dopo quelle del 1983 e del 1994) con *Prefazione* di Virna Brigatti.

Nel mio caso si è trattato di una rilettura che ha alimentato, tuttavia, l'impressione che il tempo e l'uso abbiano sbiadito il senso originario del titolo/sintagma e forse anche banalizzato la caratura del discorso qui sviluppato. Anzitutto evidenzierei come Ferretti collochi il proprio ragionamento al crocevia di diversi percorsi: egli rinnova il tentativo di una sociologia letteraria *all'italiana*, pone l'attenzione sugli sviluppi dell'industria editoriale e sulla loro ingerenza nel comparto della narrativa e, viceversa, legge la crisi che l'editoria attraversa alla fine degli anni Settanta alla luce del fallimento di quel modello di best seller egemone nei decenni precedenti; così facendo, Ferretti di fatto imposta (o reimposta) la critica militante a partire dall'indagine del «compromesso che si è venuto realizzando tra la grande industria editoriale e la corporazione letteraria» (p. 6) italiana tra gli anni Cinquanta e Settanta del Novecento.

In secondo luogo, occorre precisare che Ferretti distingue «una prima fase di fortuna quasi inattesa, legata a situazioni ancora preindustriali, a curricula letterari specifici, ad alleanze intellettuali con proprie logiche interne, a una “qualità alta” del prodotto; e una seconda fase che vede l'intervento sempre più consapevole e organizzatore della grande industria culturale, una tendenziale definizione della “qualità media”, e vede ancora (a partire dalla seconda metà degli anni Sessanta) questa stessa industria e la corporazione letteraria cercare programmaticamente una conciliazione delle rispettive esigenze, dei privilegi dello scrittore di élite e della conquista di spazi sul mercato, nel segno della “qualità media” appunto e del best seller “d'autore”» (p. 9). Nella prima fase, Ferretti include opere come *Il Gattopardo* e *Il giardino dei Finzi-Contini* e altri autori tra cui Testori; alla seconda, invece, appartenerebbero Arpino, Prisco, Lagorio, Cassola e Chiara. A questa ripartizione corrisponde naturalmente una rifrangenza in distinte sigle editoriali: il modello di best seller di “qualità alta” viene incoraggiato da Feltrinelli ed Einaudi, mentre Mondadori e Rizzoli perseguono più specificatamente quello di “qualità media”. Ovviamente questo discorso si ripercuote anche sulla periodizzazione di una stagione in cui occorre separare, secondo Ferretti, la fine degli anni Cinquanta e i primi anni Sessanta dalla seconda parte degli anni Sessanta e tutti gli

anni Settanta, in cui «si evidenziano [...] le linee di una estrema esasperazione della politica del best seller, di un logoramento sempre più spinto di pochi vecchi autori e prodotti (senza un vero ricambio), di una soffocante monopolizzazione e sfruttamento sempre più intensivo di un'area della lettura tradizionalmente ristretta e ulteriormente concentrata» (p. 25).

Un terzo elemento da evidenziare riguarda la peculiare angolazione con cui Ferretti descrive e sostanzialmente “rimprovera” questa stagione letteraria (ed in particolare la seconda fase di essa). Se l'espressione “best seller all'italiana” viene spesso usata per stigmatizzare opere costruite a tavolino per intercettare un vasto pubblico, nell'accezione originaria, invero, Ferretti non si scaglia contro la commercializzazione della narrativa, evidenziando viceversa come gli effetti in ambito italiano siano (ancora negli anni Cinquanta e Sessanta) tutto sommato contenuti: «ci sarebbe da chiedersi, tra l'altro, perché nessuno di questi scrittori abbia mai avuto il distacco e l'autoironia [...] necessari per scrivere *a freddo* un romanzo dichiaratamente e programmaticamente commerciale, ben costruito e correttamente ambientato, ma libero da ambizioni e sussieghi» (p. 13). Alla stagione del *best seller all'italiana* Ferretti non rimprovera dunque il fatto di risentire della dialettica tra letterarietà e leggibilità (per dirlo con Spinazzola), bensì di risolvere a priori questa dialettica, incarnandola in un compromesso di mediazione tra «strategia di mercato e “politica d'autore”» tra «apparato editorial-letterario e critica esterna, mass media e mediazioni tradizionali (i premi, l'accademia)» (p. 15), creando «quell'ibrido equivoco» (p. 27) che finisce per logorare il mercato, compromettendone l'espansione. Insomma, il problema secondo Ferretti non è l'ingresso della narrativa italiana nella moderna industria editoriale europea, ma la scelta *all'italiana* di occultare quell'ingresso attraverso il blasono della tradizione, puntando su formule già collaudate che si esauriscono velocemente e su autori che in fretta vengono marginalizzati dal pubblico, già a partire dai primi anni Ottanta, grazie al successo delle più spregiudicate politiche letterario-editoriali americane.

L'ultimo rilievo che vorrei proporre riguarda la compresenza in questo breve saggio di un numero corposo di soggetti variamente implicati con il fenomeno letterario: ovviamente si parla di autori e di opere (si vedano ad esempio le pagine dedicate al *Compromesso alto* realizzato da Eco, Calvino e Pontiggia rispettivamente con *Il nome della rosa*, *Se una notte d'inverno un viaggiatore* e *Il giocatore invisibile*), si criticano gli editori italiani e le loro strategie immobiliste, si bistratta la critica e «il suo lavoro sempre più interno e funzionale al mercato» (p. 21), si osteggiano i giornali e la precarizzazione dei discorsi letterari condotti all'interno di essi, si leggono i dati di vendita e di consumo librario, si parla di movimenti, generi e stagioni della letteratura italiana. Questa commistione di prospettive è forse l'eredità più difficile da raccogliere e più facile da banalizzare, etichettandola sotto le insegne, oggi *démodé*, della sociologia della letteratura. Molto più semplice, invece, continuare a raccontare il Novecento attraverso due distinte narrazioni: quella editoriale (dei numeri e delle case editrici) e quella letteraria (delle opere e degli autori). Rimane così ancora in parte da percorrere una terza ipotesi di narrazione del Novecento letterario italiano che metta in relazione l'alternarsi delle stagioni letterario-editoriali e quella dei movimenti culturali, che legga le opere insieme alle contingenze che le hanno prodotte, che consideri l'industria editoriale un ingranaggio ineludibile della tradizione novecentesca.