

Il segno di Ferretti su critica ed editoria

Un'esperienza rigorosa
e coerente che prende
le mosse dall'idea
che il fatto letterario
è sempre anche altro
da sé, che si svela
e si sostanzia
in un contesto plurale

Riuniti in volume i saggi
del decano della storia
dell'editoria e della critica
italiana. Un libro
in qualche modo
autobiografico che delinea
la vicenda professionale
di uno studioso a tutto
tondo capace di spaziare
e lavorare nei vari ambiti
di questa complessa
materia: giornalista,
editore, docente, scrittore...

MASSIMO ONOFRI

Se oggi possiamo guardare al quasi novantenne Gian Carlo Ferretti come al più grande storico dell'editoria italiana e contemporaneamente volgerci allo studio della letteratura nella coscienza che lo stesso accertamento della qualità estetica d'un romanzo passi anche per il rapporto dialettico con la sua natura di prodotto industriale, non dovremmo mai dimenticare che questo risultato è stato possibile soltanto dopo una lunga battaglia culturale i cui esiti non erano scontati. Ricordiamo solo, leggendo *Il marchio dell'editore. Libri e carriere, incontri e casi letterari* (Interlinea, pagine 384, euro 20), ultimo libro di questo operosissimo studioso, che il critico militante geno Pampaloni ancora nel 1979 (dopo un decennio che per altro fu, in Italia, il più politico e sociologico del secolo) poteva stroncare *Il mercato delle lettere*, oggi unanimemente riconosciuto come pietra miliare di quegli studi, definendolo come un libro «neozdanoviano», per liquidarlo sprezzantemente con la formula di «critica delle bandelle». Eppure, come lo stesso Ferretti replica oggi con mitezza e sereno senso storico, era già conclamato (e doviziosamente do-

cumentato) il mito delle schede di lettura e dei risvolti redatti da critici-editori del calibro di Bobi Bazlen, Giacomo Debenedetti e Niccolò Gallo.

C'è da dire a scusante di Pampaloni (fiocca scusante, bisogna aggiungerlo) che i rapporti tra letteratura e industria sino a quel momento erano stati posti quasi sempre, soprattutto da chi si occupava di processi di produzione culturale, in modi alquanto rozzi e non senza gravi ipoteche ideologiche da quel mondo comunista a cui Ferretti, con orgoglio, rivendicava di appartenere, ipoteche che proprio in queste pagine lo stesso studioso - al quale dobbiamo riconoscere grande onestà intellettuale - non manca di sottolineare.

Nonostante si tratti d'un libro composto da saggi e articoli in parte sparpagliatamente editi, Ferretti non esita a considerare *Il marchio dell'editore* «un libro nuovo» e, per farlo, s'affida a «un'immagine semiseria ma fedele»: quella di «un muro solido e nuovo», ma edificato da «un bravo muratore» che s'avvale di «mattoni vecchi mai usati prima», di «mattoni nuovi» e di «mattoni appositamente impastati». Non abbiamo a che fare, infatti, con «una raccolta tradizionale» (non diversamente, del resto, da quasi tutti i suoi libri precedenti), ma con una riorganizzazione del materiale entro un discorso articolato e coerente, che parte da una circostanziata e lunga introduzione ("Racconto di una vocazione": una vera e propria autobiografia intellettuale, occorre sottolinearlo), mentre ripresenta in forma rinnovata i testi già stampati (talvolta ripristinando persino i tagli redazionali) accanto a quelli scritti ex novo e all'uopo. Ecco, allora, quale felice introibo, un dittico: il primo articolo del 1952 pubblicato su "Il Tirreno" di Livorno e dedicato, quasi un oroscopo, al problema della lettura in Italia, nonché un fondamentale studio su Gramsci. Al dittico seguono poi le due foltissime parti che

compongono il volume, a loro volta articolate in sezioni, i cui titoli, già da soli, ce ne restituiscono il senso. La prima, così ripartita: *Gli editori* (con pagine restitui-

tive su Erich Linder, Marguerite Caetani e il leggendario Roberto Bonchio, presidente degli Editori Riuniti); *I letterati e-ditori* (imperdibili le pagine su Zavattini e Oreste del Buono); *Gli scrittori* (rimarchevoli le note su Luciano Bianciardi e Guglielmo Petroni, ma soprattutto su Cassola vittima del suo successo). La seconda, così assemblata: *I casi* (segnalo "Pasolini: un carisma multifforme"); *Il prodotto* (notevole "Volti e risvolti di Sciascia"); *Il contesto* (istruttivo "L'Italia di Kundera e l'Italia di Lia-la"); *Esperienze personali*, in cui l'autobiografia si fa deliziosa e acutissima riflessione sul rapporto, anche biologico, d'un ricercatore con gli archivi.

Un libro come questo si presterebbe a molte considerazioni e del più diverso tipo: sia se declinate dalla parte,

per così dire, dell'oggetto, che se giocata da quella del soggetto. Qui, in conclusione, preme sottolineare che *Il marchio dell'editore* ci consente di delinearne con ottima approssimazione la vicenda d'un critico che è progressivamente passato, con sempre più consa-

pevolezza storica e metodologica, dallo studio della letteratura a quello dell'editoria intesa nel senso più largo, arrivando a una conoscenza, che oggi forse non ha eguali, del funzionamento della macchina editoriale a tutti i livelli, anche perché, nella sua intensissima vita, ha potuto fare e-

sperienza di ogni aspetto culturale e professionale che quella realtà complessa richiede: il mestiere giornalistico (in tutte le sue articolazioni: di scrittura, organizzazione della pagina e direzione), l'attività editoriale, l'insegnamento universitario (di letteratura italiana contemporanea e di storia dell'editoria novecentesca).

Una vicenda rigorosa e coerente, ecco il punto, che prende le mosse da una tesi di laurea su Vincenzo Monti che Ferretti discusse con Luigi Russo. Il che ha volu-

to dire, da subito, due cose, che non sarebbero venute mai meno. La prima: un'idea, diciamo così, sintomatologica del fatto letterario, che risulta sempre anche altro da sé stesso, come l'esperienza montiana, soprattutto politicamente, insegna. La seconda: l'adesione originaria a uno storicismo laico e problema-

tico, aperto, come quello russo, che non poteva prescindere dal rapporto, ineludibile, tra i testi e i contesti in cui apparivano e duravano, entro un discorso in cui l'opera non è mai conclusa in se stessa, ma si rivela come un fatto plurale che si sostanzia continua-

mente dentro un processo da verificare a posteriori, senza feticizzazioni, al di là di ogni aura e d'ogni estetismo, in tutte le sue imprevedibili implicazioni e complicazioni.

