

rapporto con intellettuali, scrittori e pubblico, qui l'attenzione si concentra nello spazio e nel tempo: il romanzo nel periodo che va dalla seconda metà degli anni '70 al 1985.

Il successo travolgente de *Il Gattopardo* (e poi de *Il dottor Zingaro* di Pasternak) segna una svolta decisiva nella storia dell'ancor gracile editoria italiana: è l'intuizione-scoperta che il romanzo può divenire, più o meno facilmente, un prodotto leader dell'industria, un bene di consumo quanto mai diffuso. Il fatidico e storico sorpasso delle centomila copie da parte de *Il Gattopardo* segna una svolta quantitativo-qualitativa decisiva. Su queste basi *il romanzo* assumerà una posizione centrale e un ruolo decisivo all'interno dei meccanismi dell'industria editoriale. Gli scrittori si adegueranno senza eccessive difficoltà a questo quadro ed il pubblico, vivacemente sollecitato, darà congrue e piacevoli risposte. Mentre l'andamento di altri generi (come ad esempio la saggistica) conosce fluttuazioni e scompensi, il romanzo regge sempre e su livelli di vendite ragguardevoli. Basti dire che il romanzo, quel certo tipo di best seller letterario di qualità, supera agevolmente e senza ferite di rilievo lo stesso discrimine del ciclone sessantottesco. Proprio nel 1968, ad esempio, ottengono un alto successo di vendite romanzi come *L'irone* di Bassani e *L'occhio del gatto* di Bevilacqua. E pochi anni dopo, nel 1971, superano la fatidica soglia delle centomila copie opere come *Paura e tristezza* di Cassola, *Ritratto in piedi* di Gianna Manzini e *I cieli della sera* di Prisco.

Quali sono le ragioni (o almeno alcune delle ragioni) di questo solido e incontrastato successo del romanzo? Ferretti sottolinea le dimensioni di area chiusa del fenomeno (sia sul versante degli scrittori-produttori che su quello dei lettori-consumatori), la presenza di un'editoria poco lungimirante, che preferisce puntare sul chiuso e sul sicuro, rifuggendo da minimi rischi e da pur caute sperimentazioni. L'editoria che si stringe protettivamente attorno al mondo del romanzo è in sostanza l'immagine di una transizione: non più di élite e non ancora di massa, percorsa da paure, appetiti e contraddizioni. Si vien così formando quel solido compromesso che regge, da più punti di vista, l'intera operazione: il compromesso fra la tradizionale corporazione dei letterati italiani (per i quali

tutto sommato, osserva Ferretti, valgono ancora le osservazioni gramsciane) e la seminuova realtà dell'industria editoriale. Gli scrittori, pur rimanendo fedeli al loro *status*, alle loro amicizie e alle loro complicità, guardano con favore e interesse all'industria editoriale e si adeguano elegantemente alle necessità, ai ritmi e alle incombenze. Il pubblico cresce solo su se stesso e l'area dei cosiddetti «lettori forti» (calcolata nell'ordine del milione e mezzo) non subisce sostanziali allargamenti, nonostante i tumultuosi mutamenti della società italiana.

Lo scrittore, magari partito alcuni decenni prima da raffinate esperienze elitarie, non disdegna questo nuovo pubblico di massa e vuole insieme e tenacemente «nuovo ruolo e vecchia aureola, successo e gloria, vendite e citazioni»³⁸. Sforza insomma con cadenza annuale o al massimo biennale il suo prodotto, adeguandosi più o meno inconsciamente ai desideri del pubblico, ma tiene sempre d'occhio il Nobel. Nell'arco che va dagli anni '70 agli anni '80 intervengono naturalmente anche alcune modificazioni: basti pensare al ruolo variabile delle recensioni e al nuovo peso dei *mass media* nel lanciare scrittori e romanzi.

Il panorama è certamente variegato: e di una serie di eccezioni tiene saggiamente conto lo stesso Ferretti. Ma il perno dell'operazione rimane, secondo il critico, l'*ibrido*. Ibrido tra gloria delle corporazioni e classifica dei best seller, qualità della scrittura e veloce adeguamento agli appetiti del pubblico, piacere della consacrazione recensoria e notorietà quasi divistica. L'editoria si arrocca attorno a questo compromesso all'italiana e punta sempre di più le sue carte su un pool ristretto di scrittori, più o meno blasonati, aborrendo ogni rischio. Gli esordienti e i giovani autori vengono respinti. Nella seconda metà degli anni '70 si assiste a un ulteriore processo di concentrazione: sono sempre di meno le case editrici che riescono a piazzare trionfalmente i loro prodotti e giganteggia no sempre di più i due imperi Rizzoli e Mondadori. Esistono certamente alcune eccezioni a questo corso e a questo tipo di strategia:

³⁸ G. C. FERRETTI, *Il best seller all'italiana*, cit., p. 11.

ma, nota Ferretti, la linea di tendenza è in sostanza quella indicata. Verso la fine degli anni '70 e all'inizio degli anni '80 assistiamo a una fase di crisi del best seller all'italiana: è certamente uno degli aspetti di un più generale processo di crisi dell'editoria, uno dei più gravi del dopoguerra, con caratteri non solo italiani. Le vendite subiscono un calo abbastanza preoccupante. Antiche manchevolezze, errori cronici e *défaillances* contingenti contribuiscono a determinare questo tipo di situazione.

È in questo contesto di crisi e di tentata risposta alla crisi che Ferretti colloca e analizza a fondo, con persuasivi scandagli, il fenomeno di una consolidantesi «ingegneria letteraria». Lo scrittore guarda con occhio ancora più spregiudicato alla realtà del mercato e prepara un lavoro più costruito, meno spontaneo, più abilmente calcolato. Mescola con abile padronanza gli ingredienti e confeziona «a tavolino» il nuovo tipo di best seller. Il fortunatissimo romanzo di Umberto Eco *Il nome della rosa*³⁹ rappresenta certamente prototipo e capolavoro di questa tendenza. Scrive Ferretti:

[...] nella gran «macchina» di Eco convivono: «opera aperta» e «opera chiusa», calcolata ambiguità semantica e premediato intreccio poliziesco, citazioni più o meno dissimulate e stereotipi allo scoperto, invito alla cooperazione del lettore e riaffermata tirannide dell'autore, e così via⁴⁰.

Questa tendenza di «ingegneria letteraria» ritrova precursori, militanti e divulgatori. Pontiggia ha in qualche modo saggiato il terreno, Calvino (con *Se una notte d'inverno un viaggiatore*) ha compiuto un'operazione vicina all'esperienza di Eco, mentre i romanzi del duo Fruttero-Lucentini rappresenterebbero (secondo Ferretti) l'angolo della banalizzazione-divulgazione dell'alto esperimento indicato. A questa tendenza si intreccerebbe un fenomeno come quello della «riscossa dei professori» (Saltini, Manchelli, lo stesso Eco). Si tratta, in quest'ultimo caso, di romanzi che spostano l'attenzione del lettore lontano nello spazio e nel tempo, che combinano sagacemente problematiche attuali con densi spessori descrittivi, secon-

do «un calcolato esercizio e piacere dell'architettura intellettuale»⁴¹. Operazioni di matrici ed esiti non sempre eguali, accomunate però da un intenso sforzo razionalizzante, tecnologico, programmatico. Mentre in passato lo scrittore guardava con tradizionale benevolenza alla realtà del nuovo pubblico di massa, ora in questa linea/fase di ingegneria letteraria egli si confronta e si misura spregiudicatamente, direttamente, con la realtà del mercato.

Nei due casi-chiave di Calvino e di Eco l'operazione è di alto livello: la qualità è ancora una volta garanzia dell'impresa. Ma, si chiede Ferretti, siamo in presenza di una fase di svolta, di reale rinnovamento o invece l'ingegneria letteraria di Eco e di Calvino (e dei loro compagni di strada) rappresenta una risposta *interna* alla logica del best seller all'italiana, del «produttore» letterario di qualità? Non è forse il nuovo e sorprendente *Il nome della rosa* che l'ultima tappa di una vecchia e tradizionale storia che comincia proprio con *Il Gattopardo*?

Non si tratta per Ferretti di scontate domande retoriche quanto di dubbi reali, di lucidi sforzi per comprendere la realtà che ci circonda, per scavare in profondità, per distinguere (al di là di ogni abile e possibile occultamento) totalizzanti tradizioni e incisive rotture. L'unico modo per dare adeguate risposte a queste e altre domande è quello di guardare spregiudicatamente all'interno dei processi. Non è facile orientarsi nell'attuale situazione. Vecchi problemi si mescolano a nuovi condizionamenti, antiche contraddizioni esplodono a contatto con nuove esperienze. Ma la strada della rimeditazione dei meccanismi rimane l'unica praticabile.

Contro le tesi idilliache di chi vede nell'editoria solo un generoso e spontaneo tramite tra il libero e «autonomo» scrittore e il pubblico, Ferretti ribadisce che l'industria editoriale, per quanto anomala e particolare, resta pur sempre un'industria. Le classiche analisi marxiste sul libro come merce non hanno perduto la loro validità. Negli ultimi anni il quadro comunque si sta aggravando: si assiste a un processo di concentrazione, si restringono gli spazi dell'informazio-

³⁹ U. Eco, *Il nome della rosa*, Milano, Bompiani, 1980.

⁴⁰ G.C. Ferretti, *Il best seller all'italiana*, cit., p. 55.

⁴¹ *Ivi*, p. 61.