

Erika Bertelli

Roberto Calasso

L'impronta dell'editore

Milano

Adelphi

2013

ISBN: 978-88-459-2774-4

Nel giugno 1962 Luciano Foà e Roberto Olivetti fondarono a Milano la casa editrice Adelphi. Per celebrare il cinquantesimo anno di attività, la casa editrice ha affidato la sua storia ad *Adelphiana 1963-2013*, una enciclopedia di testi e immagini degli oltre duemila volumi pubblicati: «Questa volta la sfida è stata di attraversare, passo per passo, una selva di più di duemila titoli, lasciandovi filtrare l'aria del tempo. Così abbiamo cercato di comporre un libro da leggere e guardare da cima a fondo, come fosse una lunga storia a puntate. E insieme un libro dove si può entrare o uscire da qualsiasi parte, magari con qualche sensazione di smarrimento da porte girevoli». Il risvolto di copertina, qui riportato, è firmato dall'attuale presidente e direttore editoriale di Adelphi, Roberto Calasso, autore a sua volta di una serie di saggi ed interventi riguardanti la casa editrice, composti tra il 1975 e il 2009, che nel marzo 2013 sono confluiti, insieme a due inediti, in un piccolo libro intitolato *L'impronta dell'editore*.

In un panorama editoriale in cui, negli ultimi anni, soltanto la casa editrice Einaudi è stata oggetto di numerosi studi riguardanti le personalità che vi hanno preso parte e le loro collettive scelte editoriali, il libro di Calasso entra come un'alternativa che non vuole essere a servizio di una politica di vendita o di ricerca. Essere un'alternativa è stata una delle linee guida della sua casa editrice, la quale, negli anni Sessanta, in un panorama dominato da tre linee culturali – laica, cattolica e marxista –, decise di non asservire nessuna delle tre, dedicandosi alla pubblicazione di «libri unici». L'idea dei «libri unici» era stata partorita dalla mente di Roberto Bazlen, un consulente editoriale stanco della tiepida accoglienza delle sue proposte da parte di Einaudi. Nel 1961 Foà lavorava come segretario generale all'interno dell'ambita cerchia degli einaudiani ed aveva da poco steso, per la casa editrice che avrebbe fondato l'anno successivo, un programma di libri basato su quelli che Einaudi non voleva fare, molti dei quali erano stati proposti da Bazlen. Nel maggio 1962, nella villa di Ernst Bernhard a Bracciano, Bazlen parlò a Calasso del progetto di un'edizione critica di Nietzsche, di una collana di classici e di tanti libri – confluiti poi nella «Biblioteca», giunta oggi a oltre seicento titoli – che non era riuscito a far pubblicare dagli editori con cui aveva collaborato, ovvero i «libri unici», intendendo con questa espressione quei libri in cui «subito si riconosce che all'autore è accaduto qualcosa e quel qualcosa ha finito per depositarsi in uno scritto» (pp. 15-16). In un'intervista del 23 marzo scorso rilasciata per il programma *Che tempo che fa* (visibile in rete), Calasso, invitato a parlare del proprio libro, ricorda di esser rimasto colpito da una lettera inviata da Bazlen all'agente letterario Erich Linder, nella quale il consulente editoriale parla del carattere fondamentale di Adelphi e ne cita una parte a memoria: «io non ho mai creduto alla storia della cultura, non ho mai creduto alla storia della letteratura, non ho mai creduto alle prospettive intellettuali, l'unica misura che ho per valutare un libro è la trasformazione che quel libro crea nel signor Bazlen da prima di leggere quel libro a dopo averlo letto. Se questa trasformazione c'è, quel libro ha qualcosa, altrimenti è meglio fare una passeggiata».

Scelti i libri da inserire nelle collane e il nome della casa editrice, Adelphi – derivante dalla parola greca ἀδελφοί “fratelli” per sottolineare l'affinità di intenti dei suoi membri, nonché l'affinità tra i libri e la differenza rispetto alle altre, battezzate con il nome del loro fondatore – restava da inventare l'aspetto dei libri. Tutti erano concordi nell'evitare il bianco, in quanto carattere distintivo della grafica einaudiana, e i grafici. Adelphi decise di puntare sul colore e sulla carta opaca, inserendo come immagine sulla copertina un *rovescio dell'ecfrasi* in quanto, sostiene Calasso,

«l'editore che sceglie un'immagine di copertina – che lo sappia o no – è l'ultimo, il più umile e oscuro discendente nella stirpe di coloro che praticano l'arte dell'ecfrasi, ma applicata questa volta a rovescio, quindi tentando di trovare l'equivalente o analogon di un testo in una singola immagine. Che lo sappiano o no, tutti gli editori che usano immagini praticano l'arte dell'ecfrasi a rovescio» (p. 21).

Dal punto di vista politico, la linea scelta da Adelphi fu quella di non inquadarsi, di non riconoscersi in nessuna delle dispute che si erano accese in quegli anni sull'egemonia culturale. Calasso tuttavia ricorda un curioso, e allo stesso tempo interessante, fatto avvenuto nel giugno 1979: sulla rivista ufficiale delle Brigate Rosse «Controinformazione», uscì, anonimo, un lungo articolo dal titolo *Controrivoluzione culturale e guerra psicologica. Le avanguardie della dissoluzione. Aggregazione comunitaria, valori della carestia, consenso sociale nella lunga marcia dello spettacolo quotidiano*, strutturato in vari capitoletti, nel nono dei quali, intitolato *Il 'caso' Adelphi*, la casa editrice veniva definita «aurea struttura portante della controrivoluzione sovrastrutturale». L'anonimo estensore dell'articolo scriveva che «sul piano culturale, analogo e decisamente più raffinato è l'enorme lavoro di altre atricolazioni della controrivoluzione, ossia di case editrici tra le quali spicca per solidità e presenza la Adelphi, legata finanziariamente al capitale multinazionale FIAT», e che «la produzione Adelphi è colta, la sua proposta avvincente, la sua penetrazione sottile. Sconcerta la sua capacità di recupero *totale* che spazia in autori eccellenti – per profondità letteraria e filosofica – al cui fascino si piegano devotamente i rivoluzionari stessi». È questo uno dei tanti aneddoti curiosi che Calasso ci regala all'interno de *L'impronta dell'editore*, un libro che non è stato concepito esclusivamente come una monografia sulla casa editrice da lui ereditata e diretta, ma – ed è forse questo un tratto essenziale della sua unicità, che gli imprime quel valore aggiunto che è l'impronta primigenia del marchio Adelphi – racchiude anche, nei due capitoli centrali del suo libro, un ritratto/omaggio di editori che hanno segnato l'evoluzione del libro e della moderna editoria: Aldo Manuzio, definito da Calasso il «Nadar dell'editoria» e «il primo a immaginare una casa editrice in termini di forma» (intendendo per forma del libro anche la copertina, la grafica, l'impaginazione, i caratteri e la carta), il quale pubblicò nel 1499 *l'Hypnerotomachia Poliphili*, considerato dagli appassionati di libri il più bel libro mai stampato e quindi, parlando in termini adelphiani, archetipo del libro unico, e nel 1502 un'edizione di Sofocle in *parva forma*, ritenuta il primo *paperback* della storia; Kurt Wolf, l'inventore della collana di libri brevi «Der Jüngste Tag» e primo editore di Kafka; Gaston Gallimard, il creatore di «vasti domini» che si estendono dalla *Série Noire* alla *Pléiade*; la breve esperienza della «Libreria degli scrittori nella Russia» durante la Rivoluzione d'Ottobre; Giulio Einaudi, il quale, attraverso la collaborazione di persone di valore, aveva fatto dell'egemonia della Einaudi un «tacito dominio e sottile ipnosi»; l'amico Luciano Foà, tanto fermo nel giudizio quanto appassionato al proprio mestiere; Roger Strauss, l'editore che provava divertimento nel fare il proprio mestiere; il lungimirante Peter Suhrkamp, introdotto nel mondo dell'editoria da Bertolt Brecht, editore ed estimatore degli incompatibili Hesse e Brecht; e infine Vladimir Dimitrijević.

In uno dei due testi inediti inseriti all'interno di questa raccolta di saggi, Calasso dedica un ampio spazio ad analizzare l'impatto che la digitalizzazione universale sta avendo sull'editoria contemporanea. Prendendo spunto dall'articolo di Kevin Kelly *Che cosa succederà ai libri?* apparso sul «New York Times Magazine» nel 2006, Calasso, senza esimersi dal fare riferimento alla class action legale che la Authors Guild e cinque gruppi editoriali americani hanno avviato nel 2005 per il progetto Book Search di Google, non si inserisce tra le fila dei catastofisti, ma con toni pacati vede nell'accesso illimitato e nella condivisione del sapere offerto dalla rete, e quindi nella iperconnessione di tutto con tutto, una parodia della singolarità del libro, propugnata dall'avversione e dall'odio che la rete nutre nei confronti del libro, dal momento che libro e rete sono due modalità di accesso al sapere incompatibili tra loro.

Nel capitolo intitolato *L'editoria come genere letterario* Calasso ricorda che «l'editoria in numerose occasioni ha dimostrato di essere una via rapida e sicura per sperperare e prosciugare patrimoni sostanziosi; [...] insieme con *roulette* e *cocottes*, fondare una casa editrice è sempre stato, per

giovani di nobili natali, uno dei modi più efficaci per dissipare la propria fortuna» (p. 80). Viene dunque da chiedersi: qual è il compito dell'editore oggi? Ci risponde Calasso: «Sussiste tuttora una tribù dispersa di persone alla ricerca di qualcosa che sia letteratura, senza qualificativi, che sia pensiero, che sia indagine (anche questi senza qualificativi), che sia oro e non tolla, che non abbia l'inconsistenza tipica di questi anni. *Faire plaisir* era la risposta che Debussy dava a chi gli chiedeva qual era il fine della sua musica. Anche l'editore potrebbe proporsi di *faire plaisir* a quella tribù dispersa, predisponendo un luogo e una forma che sappia accoglierla. Compito che appare oggi sempre più difficile, non perché manchino gli elementi per attuarlo, ma perché la ressa di ciò che ogni giorno si presenta come disponibile ingombra il campo visivo. E l'editore sa che, se da quel campo scomparisse egli stesso, non molti se ne accorgerebbero» (p. 138).