

Nota breve

È possibile descrivere in modo conciso ma non insufficiente quel complesso umano e sociale che è una casa editrice? È ancora possibile farlo quando la casa editrice di cui si parla compie gli 85 anni dalla sua fondazione (15 novembre 1933, il primo libro nel 1934)? Può essere sempre, in qualche modo, la stessa casa editrice dei primi tempi? Sarebbe sensato pretenderlo? Non sarebbe meglio piuttosto parlare di molte, differenti case editrici, almeno tante quante sono state le “epoche della cultura” che hanno lasciato il loro segno in questi 85 anni? Scomparsi nel 1999 Giulio Einaudi e, nel 2013, Roberto Cerati, le nuove generazioni che ancora *fanno* l’Einaudi come interpretano la storia editoriale scritta da figure altissime quali, fra gli altri, Leone Ginzburg, Massimo Mila, Cesare Pavese, Franco Antonicelli, Giaime Pintor, Natalia Ginzburg, Franco Venturi, Elio Vittorini, Norberto Bobbio, Delio Cantimori, Italo Calvino, Luciano Foà, Giulio Bollati? Sono riuscite, le nuove generazioni, a far tesoro del loro magistero? E dei loro errori? Hanno memoria, le nuove generazioni, del loro «impegno... nei confronti degli avvenimenti politici e militari» degli inizi, quando «ogni libro era quasi un manifesto», come scriveva nel 1956 Giulio Einaudi? E infine: attraverso le diverse crisi e i passaggi di proprietà, la casa editrice come ha conservato e protetto la propria indipendenza? Lo ha fatto? È vero, come scrisse Norberto Bobbio, che quello di Einaudi «è uno struzzo che non ha mai nascosto la testa sotto la sabbia»?

Scorrendo date, autori e titoli, il lettore del presente catalogo potrà trovare fra le sue pagine risposte a queste e ad altre domande. Purché non si accontenti di semplificazioni, riduzioni, formule o verità assolute, ma accetti di osservare le tracce di un organismo vivace e plurale, che ha scelto di pensarsi sempre dentro le metamorfosi del proprio tempo. Una comunità che ha vissuto e vive nella storia degli uomini e delle donne come gli uomini e le donne che le hanno dato e continuano a *darle vita*.

Certo, si tratta di un organismo, se non proprio “collegiale” come un mito delle origini voleva, sicuramente molteplice, in cui le singole individualità e personalità si modellano, e modellano i progetti, in un incontro-scontro che è in realtà una ininterrotta conversazione. Degli autori con i lettori, degli editor con gli autori e i lettori, degli autori fra loro. A ben vedere, dentro il catalogo, la firma culturale e

perfino esistenziale dei singoli, le loro passioni, le manie, gli amori si possono riconoscere con chiarezza anche solo dai semplici elenchi di titoli: Elio Vittorini nei «Gettoni», Italo Calvino nei «Centopagine», collane che non a caso si interrompono con la morte dei loro curatori; oppure Cesare Pavese nei primissimi titoli dei «Millenni» e, con Ernesto de Martino, nella «Viola», fino a Giulio Bollati e Paolo Fossati nell'«Einaudi Letteratura».

Non si tratta comunque mai solo di un *progetto*, parola che sente inevitabilmente il peso di anni troppo ideologici e forse troppo certi di futuro. Si tratta, piuttosto, di non meno impegnative *intenzioni*, che hanno dato forma di volta in volta al lavoro e al pensiero della casa editrice nel suo insieme e a quelli dei suoi “redattori” uno per uno. Intenzioni sottoposte a una incessante e spregiudicata verifica non tanto, o non solo, per volontà dei singoli, quanto per l'idea condivisa che una casa editrice debba rassomigliare a un giardino enciclopedico in cui si fanno quotidianamente i conti, oltre che con la fantasia degli altri, con la storia e le contemporaneità che lo circondano e lo attraversano. Un giardino per nulla portato a rimanere troppo rigidamente fedele a se stesso, un giardino non “concluso”, ma sempre aperto a nuovi innesti, nuove gemme. Per questo, forse, brani del catalogo Einaudi assomigliano ad altrettanti pezzi della storia culturale italiana.

Quando, nel 1948, in un almanacco ormai famoso, il direttore editoriale Cesare Pavese si volge indietro a considerare un anno e oltre di attività, trova una formula che vale ancora oggi per chi voglia aggirarsi dentro questo catalogo: «davvero prima non sapevamo, non avevamo dinnanzi agli occhi nella sua concordia discorde una simile folla di visi e di gesti, un così variopinto panorama di paesi e climi culturali». La figura classica della *concordia discors* è la chiave. Indica, in figura appunto, a un tempo il brillare di una curiosità restia a farsi imbrigliare da qualsiasi preconceito, a lasciarsi «frastornare dagli zelatori di ogni ortodossia o dai pervertiti di ogni propaganda» (Bobbio) e il perdurare di un filo rosso che segretamente lega i titoli all'apparenza più lontani. Un filo rosso che prende forma nell'intenzione di «promuovere lo sviluppo della vita culturale italiana» di cui parlava Giulio Einaudi nel catalogo del 1956 e che, anni prima, Norberto Bobbio aveva definito in sintesi come «politica della cultura», ovvero quel gesto di attenzione verso le persone e i luoghi in cui e attraverso cui la cultura germoglia, e che esclude al tempo stesso qualsiasi volontà di indirizzo, condizionamento, guida. «*La politica della cultura* – scriveva nel 1952 Norberto Bobbio – come poli-

tica degli uomini di cultura in difesa delle condizioni di esistenza e di sviluppo della cultura, si contrappone alla politica culturale, cioè alla pianificazione della cultura da parte dei politici». Politica della cultura è, insomma, *cura*, altra parole chiave del mestiere editoriale in genere, in qualsiasi epoca. *Cura*, parola che compare spesso sopra frontespizi e copertine («A cura di...»), ma a cui non si presta mai abbastanza attenzione. «Aver cura» è saper ascoltare, saper cedere la parola; contrario del «prendersi cura» come impossessarsi, escludere, monopolizzare. Aver cura è aver cura delle voci. Ciò che si fa in una casa editrice. Le differenze come ricchezza, insomma.

Certo, facciamo questo mestiere, tutti, affinché la cultura italiana, come disse una volta Italo Calvino, sia in un modo piuttosto che in un altro. Salta agli occhi, scorrendo queste pagine. E d'altra parte, una casa editrice è, in essenza, una macchina militante, un essere anfibo, un cerchio di affinità fra autori, lettori, autori lettori di autori, redattori; un cerchio che ne garantisce la libertà e l'indipendenza intellettuali, senza le quali qualsiasi casa editrice semplicemente "chiude", per morire o diventare qualcosa d'altro. Una casa editrice è anche una macchina che produce valore e valori e deve sempre esserne consapevole con critica lucidità, a ogni passo, in ogni istante. Per non perdersi, per non confondersi, per non vivere di falsa coscienza e, di nuovo, estinguersi.

Non so, non saprei dire, se sia più esatto pensare che una casa editrice "abbia" degli autori o che un certo numero o gruppo di autori "abbia" una casa editrice. La verità, forse, sta nella reciprocità, nel ponte, un ponte che garantisce critica e disobbedienza.

Si può leggere un catalogo? Forse non è neppure da augurarsi un lettore capace di simile impresa. D'altra parte è vero, però, che gli elenchi hanno, da che esiste la scrittura, una loro magia. Non sono l'indagine, ma la premessa dell'indagine, accostano tracce, mostrano sequenze, illuminano insistenze, non nascondono incongruenze. È da qui che il viaggio può iniziare. Giulio Einaudi considerava il catalogo storico della casa editrice la sua vera grande opera. Il giovane redattore appena assunto veniva incessantemente tormentato con domande sul catalogo e a ogni risposta incerta il commento era sempre: «Eh, non sai niente, non conosci il catalogo...» Non era solo uno dei tormentoni per cui l'editore è rimasto famoso, era il gesto del maestro all'opera. Così facendo, Giulio Einaudi mostrava al nuovo arrivato che cosa fosse in realtà il catalogo. Un elenco, certo, ma non sterile, come troppo banalmente si dice degli elenchi, bensì fecondo.

Il catalogo è il futuro passato della casa editrice. È senz'altro il luogo in cui si trovano i valori che superano il tempo e quelli che sono sfumati nell'oblio delle epoche: essenziali entrambi per la macchina editoriale; ed essenziali i primi per la cultura in cui essa continua a durare. È il luogo della memoria, ma una memoria intesa non come semplice archivio o malinconica nostalgia, bensì come fonte di idee vive per immaginare senza paure un futuro possibile. Sì, il catalogo, sia in senso industriale che culturale, è il futuro della casa editrice. Questo suo essere gesto concreto di memoria e radice del nuovo indica come non fu un caso se il mestiere dell'editore nacque davvero con Aldo Manuzio e gli umanisti, e se mestiere da umanisti, nel senso più ampio che include tutte le frontiere della cultura scientifica, sia destinato a restare.

ERNESTO FRANCO