

L'IMPREVEDIBILE

Nella pagina accanto,
Livio Garzanti, nato a Milano nel 1921
dove è morto nel 2015.

MARCHI CHE HANNO FATTO LA STORIA DEL LIBRO

L'AVVENTURA EDITORIALE DI LIVIO GARZANTI

L'OSTINATO GENIALE

IL RACCONTO DI CHI L'HA CONOSCIUTO E HA DIRETTO
LA SUA IMPRESA PRIMA CHE LA LASCIASSE

di OLIVIERO PONTE DI PINO

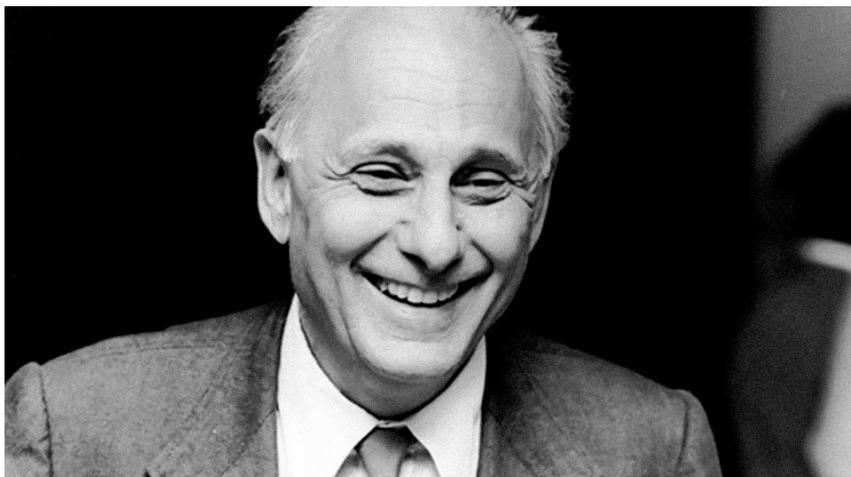
Nel 2005 ero direttore editoriale di Garzanti Libri. Quando ero arrivato in casa editrice, quindici anni prima, la famiglia Garzanti era ancora proprietaria dell'azienda e il temutissimo Livio compariva, anche se non tutti i giorni, nel suo minuscolo ufficio al primo piano della sede di Via della Spiga, disegnata nel dopoguerra da Gio Ponti. Al piano terra la celebre sala affrescata da Tullio Pericoli tra il 1987 e il 1988 era sempre gelosamente chiusa: raccontava con garbo e ironia una straordinaria avventura culturale, ma veniva aperta solo per ospiti illustri in circostanze eccezionalissime.

Nel frattempo la casa editrice era stata progressivamente ceduta, con una prima quota alla UTET. Era poi passata sotto il controllo di Messaggerie Italiane (ovvero alla famiglia Mauri) e dunque a GeMS. Livio Garzanti aveva abbandonato al suo destino il progetto che aveva plasmato e sviluppato, nonostante – o forse grazie – il

suo carattere: capriccioso e ostinato, geniale e incostante, arcaico e moderno, schivo e autoritario, un mix di ritrosia e orgoglio, umiltà e ambizione, come lo descrive Gian Carlo Ferretti nel ritratto che gli ha dedicato, *Un editore imprevedibile. Livio Garzanti* (Novara, Interlinea, 2020). Bello, di un'eleganza naturale e mai ostentata, colto, intelligente e ricco (grazie all'azienda chimica creata dal padre Aldo), Garzanti era un editore di enorme successo, e tuttavia pareva tormentato da un'infelicità che gli impediva di godersi la vita e di farla godere agli altri troppo a lungo... Quell'infelicità la dimenticava – mi sono immaginato – solo quando guidava la sua Porsche, una vertigine di velocità in cui forse per un attimo si dimenticava di sé.

Era stato tentato dalla scrittura e aveva pubblicato tre testi di narrativa non banali, *L'amore freddo* (Milano, Bompiani, 1980), *Una città come Bisanzio* (Milano, Longanesi & C., 1985) e *La fiera navigante* (Milano, Garzanti, 1990). Ma per lui il romanzo

era diventato «roba da donnette, ormai scrivono tutte romanzi». Lo diceva a sé stesso e ribadiva il concetto con un ghigno sottile a qualche autore che aveva avuto l'ardire di proporre una nuova opera alla sua attenzione: se l'oggetto della sua confidenza era un affermato narrato-



re, era un problema. Negli ultimi anni, dopo essersi ritirato ancora di più, si era dedicato allo studio ossessivo di Platone (si era laureato in Filosofia con Antonio Banfi), chiedendo puntigliosi chiarimenti a grecisti e filosofi.

Così quella mattina rimasi davvero sorpreso quando mi fece chiedere se la casa editrice che portava il suo nome (ma con la quale non aveva più alcun rapporto) fosse interessata a pubblicare il suo saggio sul filosofo greco. Dopo aver avvertito Stefano Mauri, cominciammo a lavorare al libro.

Andai a discuterne con l'autore, nel salotto del suo appartamento in Piazza del Carmine. Si informò sprezzante sull'andamento dell'azienda: «Ma quanti siete? All'epoca facevamo tutto io e Paola Dalai», la leggendaria assistente che quando arrivai in casa editrice gestiva i diritti esteri con fax scritti rigorosamente a matita e in italiano. Non era vero nemmeno negli anni Cinquanta e vent'anni dopo la casa editrice era diventata un colosso con centinaia di dipendenti, una tipografia a Cernusco sul Naviglio, una rete di distribuzione nelle librerie

e una di vendita porta a porta, e folte redazioni per le novità di narrativa, saggistica e varia, ma anche per le «Grandi Opere» e «Le Garzantine», la scolastica, i dizionari (il mitico *Hazon*), i classici (i «Grandi Libri»), i tascabili (gli «Elefanti»)... Quell'impero – come altre importanti e prestigiose case editrici – era stato travolto negli anni Ottanta dall'evoluzione dell'editoria e del mercato librario. Quando ci ero arrivato io, l'azienda era oggetto di drastiche ristrutturazioni e dolorosi ridimensionamenti.

«Sa», riprese Livio Garzanti mentre rivedevo nella mente le cartoline con la storia della casa editrice, «a un certo punto mio padre mi ha affidato quella cosa lì», ovvero la casa editrice Treves, acquistata nel 1938 dopo le leggi razziali e ribattezzata con il nome di famiglia. «Sono andato a Roma, ho parlato con Pasolini e Gadda. Da noi gli intellettuali vengono via con poco... Ho pubblicato *Ragazzi di vita* e il *Pasticciaccio* e in pochi mesi ero diventato l'editore più importante d'Italia» (sorpassando il rivale Giulio Einaudi).

DA PASOLINI A LOVE STORY

In questa pagina e in quella a fronte, le copertine di alcuni libri che hanno permesso alla Garzanti di affermarsi come casa editrice di capolavori letterari ma anche di best seller popolari.

MARCHI CHE HANNO FATTO LA STORIA DEL LIBRO

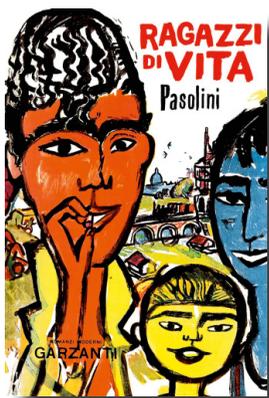
Ragazzi di vita Garzanti lo soffìò a Mondadori, che l'aveva già sotto contratto insieme alle poesie de *Le ceneri di Gramsci*. Temendo l'impatto del libro, chiese all'autore di ammorbidire le espressioni più dure, le bestemmie e le scene sessualmente esplicite. Pasolini aveva assecondato contro voglia quegli «scrupoli moralistici», come racconta Silvia De Laude ne *I due Pasolini*. *Ragazzi di vita prima della censura* (Roma, Carocci editore, 2018). Il romanzo era finito lo stesso in tribunale per oscenità, in un clamoroso processo dove Pasolini venne difeso da autorevoli intellettuali, da Alberto Moravia a Carlo Bo. Fu un grande scandalo e un grande successo, che fecero dell'autore il maestro eretico dell'Italia del boom e della sua mutazione antropologica (riguardo alla censura garzantiana, va ricordato che nei decenni successivi Pasolini non chiese mai di ripristinare la versione originale).

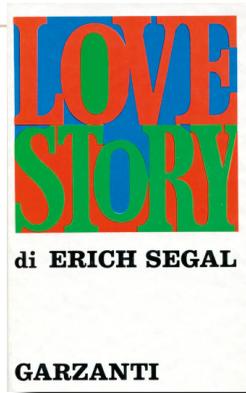
Poco dopo arrivò Gadda, forse l'unico autore che Garzanti venerava e al quale dedicò un autentico monumento, i cinque volumi delle *Opere* pubblicati nella collana "I Libri della Spiga" con la curatela di Dante Isella. Negli anni Cinquanta Gadda era uno scrittore maturo e schivo, stimato dalla piccola cerchia dei "nipotini dell'Ingegner", a cominciare da Alberto Arbasino, ma poco noto: l'intreccio delle sue nevrosi tendeva a rendere la pubblicazione di qualunque sua opera un'impresa impossibile. Nel 1957 Garzanti pubblicò *Quer pasticciaccio brutto de via Merulana* e l'ingegner Gadda divenne (giustamente) il più

grande scrittore italiano del Novecento.

La verità non era solo che gli intellettuali italiani venivano (e vengono) via con poco (in diverse occasioni l'avveduto imprenditore rinunciò ad autori che pretendevano anticipi troppo alti, salvo poi pentirsene). Il giovane Livio aveva come consulenti Attilio Bertolucci (che definiva «il mio delfico consigliere») e Pietrino Bianchi. Poteva contare sull'officina dell'*Illustrazione Italiana*, il prestigioso e raffinato mensile illustrato di famiglia. Si diceva che si fosse assicurato i diritti di Ian Fleming dopo aver saputo da un amico giornalista che sul comodino del presidente Kennedy c'era un'avventura dell'agente segreto 007. Nelle redazioni dell'*Enciclopedia Europea*, guidate da Giorgio Cusatelli e Paolo De Benedetti, lavorava negli anni Settanta e Ottanta un gruppo straordinario, per varietà di interessi, qualità e curiosità intellettuale, profondità e ampiezza di visione. Nell'epoca d'oro della casa editrice, c'era la capacità di raccogliere le migliori intelligenze e di metterle al lavoro su progetti assai ambiziosi.

Con giudizi taglienti. Leonardo Sciascia, a cui era stata affidata una voce su Pirandello, «sarà anche un grande scrittore, ma come redattore è un cane», mentre di Giovanni Raboni una volta mi raccontò: «Gli arrivava sulla scrivania una voce scritta con i piedi, illeggibile». A suo parere i grandi luminari che assoldava da tutto il mondo erano pessimi scrittori e divulgatori ancora più inadeguati. «Tagliava un aggettivo qui, un avverbio là, spostava una frase e quella voce diventava perfetta... Un redattore straordinario».





Dopo questa microlezione di editoria, la sua vocina nasale sussurrava perfida: «Poi ha voluto fare il poeta... Il critico di teatro...».

Da imprenditore al passo con i tempi, aveva capito con grande anticipo la necessità del marketing editoriale. L'esempio più clamoroso è *Love Story* (1971), 350.000 copie in pochi mesi, anche grazie al film: il romanzo strappalacrime di Erich Segal veniva venduto in abbinata con una confezione di *Baci Perugina*.

Garzanti era uno di quegli editori che sapevano intuire i punti di forza e di debolezza di un libro senza leggerlo, e quando non voleva pubblicare un'opera era implacabile nel demolirla. Però sapeva che l'editoria è governata da un demone imprevedibile. Un giorno, mentre si informava sulle tirature dei libri che stavano per andare in stampa, mi confidò: «Se lancio un libro come si deve, posso spingerlo fino a 30-35.000 copie. Quello che succede dopo, è un mistero».

Gian Carlo Ferretti, scomparso nel 2022, ha condotto nel corso dei decenni un lavoro pionieristico sulla storia dell'editoria italiana, sia come giornalista sia come studioso. Per la stagione novecentesca, ha usato la categoria dell'«editore protagonista»: figure complesse e affascinanti come Valentino Bompiani, Giulio Einaudi, Giangiacomo

Feltrinelli, Roberto Calasso e, appunto, Livio Garzanti, di tutti il più schivo, inafferrabile, refrattario alla tentazione dell'autobiografia e dell'epistolario. Proprio a questo «soggetto editoriale non identificabile» Ferretti ha dedicato un approfondito ritratto che riprende e rielabora alcuni dei suoi testi precedenti e li fa seguire in appendice da una delle rarissime (e tardive) interviste rilasciate dall'editore. Nella sua prospettiva storiografica, Ferretti si concentra sulla produzione più visibile sui banchi delle librerie, quella che caratterizza la personalità della casa editrice, ovvero i best seller e i long seller. In questa direzione, Garzanti ha inanellato una lunghissima serie di successi, con autori sia italiani sia stranieri. Grazie anche a Oreste Del Buono, ha inventato Giorgio Scerbanenco autore di noir. Grazie anche ad Alberto Cavallari, ha pubblicato *Danubio* di Claudio Magris nel 1986. E poi l'Angelica dei coniugi Golon, i romanzi di Michael Crichton, Salman Rushdie con *I figli della mezzanotte* nel 1984... La «Collezione di Poesia», con i preziosi consigli di Bertolucci (e di Pasolini), si è contrapposta alla linea mondadoriana Ungaretti-Quasimodo-Montale con autori del calibro di Giorgio Caproni, Sandro Penna, Clemente Rebora, Camillo Sbarbaro, Carlo Betocchi, Mario Luzi, Giovanni Giudici, e due straordinarie voci

GLI UOMINI DELL'IMPRESA

In questa pagina, la copertina del libro di Gian Carlo Ferretti dedicato a Garzanti e l'ultimo libro di Livio, *Amare Platone*. Al centro, la rivoluzionaria *Garzantina*. Nella pagina accanto, Attilio Bertolucci e Pier Paolo Pasolini; sotto, la copertina del *Saggio sul juke-box* di Peter Handke.

MARCHI CHE HANNO FATTO LA STORIA DEL LIBRO



femminili come Amelia Rosselli e Jolanda Insana...

Partendo dal marketing della casa editrice, Ferretti individua i due elementi che possono essere il *claim* garzantiano: libri “moderni” e “per tutti”. Garzanti è stato moderno in molti sensi, alcuni prevedibili, come l'attenzione alla società contemporanea e alla scienza, con diversi saggi di divulgazione scientifica (e i “Saggi Rossi”) e la monumentale *Storia del pensiero filosofico e scientifico* in undici volumi curata da Ludovico Geymonat.

Fu anche modernamente non ideologico: pur essendo un sincero progressista (anche se di sicuro non apprezzava il «comunismo in salsa torinese» di Einaudi), pubblicò anche autori di destra, come il Céline di *Morte a credito* (1964), un altro caso di autocensura editoriale: il romanzo venne stampato con le lacune bianche dell'edizione francese. Moderno Garzanti lo fu soprattutto nell'attenzio-

ne alle esigenze e alle abitudini dei lettori, che lo portò ad alcune memorabili invenzioni editoriali. “Le Garzantine”, prima l'*Universale* e poi i volumi tematici, dalla *Letteratura* alla *Filosofia*, rispondevano alla necessità di un'informazione sintetica e affidabile, a un prezzo accessibile. Erano caratterizzate anche nella confezione, grazie a una legatura inconfondibile e brevettata, la garza colorata sulla costa. Quelle voci cesellate e incisive erano il complemento ideale ai libri di testo di licei e università.

“I Coriandoli”, testi brevi e copertine a vivaci colori pastello, alla fine degli anni Ottanta intercettarono (o crearono) un pubblico attento all'attualità ma con poco tempo a disposizione. Lì

pubblicò diversi testi di Gianni Vattimo e Piero Camporesi, ma anche *Il postino di Neruda* di Antonio Skármeta (1989), *Saggio sul juke-box* di Peter Handke (1992) e *Lavorare in Fiat* di Marco Revelli (1989). La casa editrice garantiva sia nei volumi destinati alle scuole sia nelle grandi opere enciclopediche, una grande affidabilità, grazie a investimenti di lungo periodo (e non ad anticipi milionari sul potenziale best seller), a una rigorosa progettazione nel lemario e nella lunghezza delle voci, ad autori di grande livello

scientifico, a una verifica puntigliosa dei dati e a un'attenta cura redazionale, per assicurare testi precisi e senza ambiguità. Tralasciando il disastro dell'*Enciclopedia* voluta dal rivale Einaudi, apparentemente innovativa e commercialmente fallimentare, l'*Enciclopedia Europea* fu proba-



bilmente l'ultima opera di questo genere, prima che le enciclopedie cartacee venissero azzerate dal "sapere fai da te" e apparentemente democratico di *Wikipedia*. La moltiplicazione e la frammentazione specialistica dei saperi sembrano oggi rendere impossibile (o forse inutile) un'opera di sintesi. Anche se la facilità e gratuità d'accesso alle informazioni rende difficile valutare la qualità e l'autorevolezza delle fonti: dopo il sapere forse convenzionale ma certificato delle tradizionali enciclopedie, siamo sprofondatai nell'era delle fake news. L'*Enciclopedia Europea* fu un'impresa titanica e sul lungo termine con ogni probabilità redditizia. Ma l'impegno culturale e le strutture produttive necessarie per realizzare l'impresa finirono per prosciugare gli altri rami dell'azienda di progettualità ed energie.

A caratterizzare una larga parte dell'attività della Garzanti è stata a lungo la sua vocazione pedagogica, con l'intenzione implicita di dare ai cittadini gli strumenti adatti per conoscere la realtà. Dunque una produzione "per tutti", ma senza inseguire il gusto medio o il consenso: come nota Ferretti, molte scelte garzantiane sono state contraddistinte da trasgressività e ricercatezza, ovvero dalla volontà di rompere lo *status quo* e spostare gli equilibri senza pregiudizi, riconoscendo la qualità delle opere e la potenza degli autori. Usando se possibile lo scandalo come leva di marketing.



Intorno a Livio Garzanti e al suo carattere "terribile", circolano da tempo numerosi aneddoti: le sfuriate e i capricci, le idiosincrasie e gli errori, la prepotenza e la generosità, mai ostentata. Sulla scia del testo di Ferretti e del documentario prodotto dalla Fondazione Ravasi Garzanti che sta realizzando il regista Giacomo Gatti, è opportuno scavare più a fondo sull'uomo e sulle sue contraddizioni. Pare che una volta sia così sbottato: «Che razza di mestiere di m... è il mio». Dall'insieme della sua attività editoriale, emerge che a ispirarlo è stata una visione precisa del ruolo del libro nella società contemporanea. Come cantava De André, «dai diamanti non nasce niente, dal letame nascono i fiori».

Amare Platone uscì nel 2006 e sono molto orgoglioso che Livio Garzanti lo abbia affidato a una casa editrice che nonostante tutto sentiva ancora un po' sua.

Oliviero Ponte di Pino

MARCHI CHE HANNO FATTO LA STORIA DEL LIBRO