

LA TRIBU EINAUDI

**LA TRIBU
EINAUDI**
RETRATO DE GRUPO

Ernesto Ferrero

Prólogo de

Manuel Rodríguez Rivero

Traducción de

Chiara Giordano y Javier Echalecu

Trama editorial

Esta obra ha recibido una ayuda a la edición del Ministerio de Cultura y Deporte.



Título original:

I migliori anni della nostra vita

© 2005 por Ernesto Ferrero.

Publicado originalmente por Giangiacomo Feltrinelli editore, Milano

IMAGEN DE CUBIERTA

Trabajo colaborativo y ampliamente discutido, sobre una idea de Mario Muchnik, realizado a media tarde en los salones de la editorial.

PRÓLOGO

© Manuel Rodríguez Rivero, 2020

TRADUCCIÓN

© Chiara Giordano y Javier Echalecu, 2020

DE ESTA EDICIÓN

© Trama editorial, 2020

Zurbano, 71

28010 Madrid

Tel.: 91 702 41 54

trama@tramaeditorial.es

www.tramaeditorial.es

ISBN 978-84-121874-9-6

DEPÓSITO LEGAL M-28223-2020

El papel utilizado para la impresión de este libro ha sido fabricado a partir de madera procedente de bosques y plantaciones gestionadas con los más altos estándares ambientales, lo que garantiza una explotación de los recursos de forma sostenible con el medio ambiente.

Impreso en Kadmos

ÍNDICE

| | |
|---|---|
| Retrato de grupo con Editor <i>Manuel Rodríguez Rivero</i> | 7 |
|---|---|

LA TRIBU EINAUDI

| | |
|--|-----|
| De la felicidad | 21 |
| Calle Biancamano | 32 |
| Casas | 42 |
| El Maestro | 55 |
| «Lo he reconocido por el silencio» | 63 |
| El hermano infeliz..... | 75 |
| Las familias de Natalia | 86 |
| El doctor Cavedagna | 94 |
| Los virreinos..... | 100 |
| En el teatrillo de los miércoles..... | 111 |
| ‘Nos jours passent comme l’ombre’ | 124 |
| Licenciado en química | 135 |
| El ‘risotto’ del Ingeniero | 141 |
| Sacrificios humanos..... | 151 |
| Visitas..... | 160 |
| La furia de Nuto | 177 |
| El Peugeot de Saint-Exupéry..... | 181 |
| El globo de Ceronetti | 184 |
| Fantasmas..... | 188 |
| Stukas..... | 192 |
| Salidas y retornos | 196 |
| Despedidas..... | 229 |

RETRATO DE GRUPO CON EDITOR

MANUEL RODRÍGUEZ RIVERO

El libro, al que estas palabras preceden, trata de muchas cosas a la vez. Es, en primer lugar y directamente, un retrato de un grupo excepcional: el de los hombres y mujeres que contribuyeron a la creación, consolidación y –a la postre– decadencia de Einaudi, una de las grandes editoriales europeas del siglo xx. También es, a su manera, una memoria no académica de la peripecia editorial de su fundador, Giulio Einaudi. Su autor, Ernesto Ferrero, que durante los años de máximo esplendor de la firma fue uno de sus colaboradores más cercanos, ha construido el perfil de su antiguo jefe con grandes dosis de admiración y una pizca de rencor que salva el perfil trazado de la mera hagiografía.

Pero, más allá del retrato generacional –que, como en una novela, está repleto de idas y venidas, sonadas rupturas y reconciliaciones, momentos de euforia y depresión–, este libro de Ferrero, que en el original italiano lleva el inequívocamente autobiográfico título de *I migliori anni della nostra vita* (Feltrinelli, 2005), constituye una crónica eficaz y suficientemente experimentada «desde dentro» de la desaparición de un tipo de edición que, hoy día, y salvo excepciones, parece relegada a los pequeños (o no siempre tan pequeños) sellos independientes. Ferrero habla, en definitiva, *sine ira et studio* pero con un ligero deje de nostalgia, de la época del auge y decadencia de lo que llama «editor protago-

nista», de aquellas figuras –encarnadas aquí por Giulio Einaudi y su séquito– cuyos nombres conocían los buenos lectores y que marcaban tendencias y modas en la edición más exigente.

En el prolijo relato de Ferrero queda claro que esa evolución, generalizada tras los seísmos experimentados en el mercado del libro en los años setenta y ochenta (introducción masiva de capital extraeditorial, brutal proceso de concentraciones, cambios en los gustos de los lectores, inadecuación de los sellos existentes a la demanda masiva de los nuevos consumidores) tenía, en el caso italiano, otras causas más generales: crisis de la cultura de izquierda –muy influida por los antiguos partisanos y por el Partido Comunista Italiano (PCI)– que había sido hegemónica desde el final de la guerra y la derrota del fascismo; crisis de identidad del «intelectual público» (muchos de cuyos mejores representantes estuvieron en la nómina de Einaudi) a partir de la invasión de Hungría (1956) y de las revelaciones sobre el estalinismo. Por cierto que, salvando todas las distancias, entre nosotros tuvo lugar un proceso semejante, pero mucho más rápido y concentrado en el tiempo –en España la dictadura acabó treinta años más tarde–: algunas de las editoriales independientes y antifascistas de los setenta vieron cómo se agotaba muy pronto (con el llamado «desencanto») el interés del público hacia sus colecciones y libros «revolucionarios», pasando a reconvertirse en sellos predominantemente literarios.

Giulio Einaudi (1912-1999), el actor principal de esta historia, no era precisamente un recién llegado a la cultura. Hijo de Luigi Einaudi, economista y académico de fama internacional, liberal opuesto al fascismo y, tras la guerra, gobernador del Banco de Italia, ministro de Economía y, por último, presidente de la República (1948-1955), Giulio heredó de su padre muchas cosas: carisma, capacidad de seducción, liderazgo, y un reverencial respeto por la cultura. En 1933, después de aprender algunos secretos del oficio en la revista *La Riforma Sociale*, dirigida por su padre, fundó la editorial que lleva su nombre y que –lo que son las cosas– tuvo su primera sede turinesa en la calle Arcivescovado

(«arzobispado») número 7, en un palacio donde había estado la redacción de *L'Ordine Nuovo*, el periódico de Gramsci.

No emprendió la aventura solo. De hecho, se diría que la editorial era una prolongación natural, casi necesaria, del núcleo de amigos, alumnos, exalumnos y profesores del prestigioso *liceo classico Massimo d'Azeglio*, por el que pasaron en aquella época, entre otros, Cesare Pavese, Leone Ginzburg –esposo de Natalia, torturado y asesinado por la Gestapo–, Norberto Bobbio, Massimo Mila y muchos otros que, en uno u otro momento, ocuparon puestos de responsabilidad en la órbita de Giulio Einaudi Editore.

Sobre todos ellos, pero aparentemente como *primus inter pares*, reinaba Giulio. El verbo no es gratuito: entre los nombres con que lo designaban, con más o menos ironía, sus colaboradores estaban, además de el de «el Editor» –con mayúsculas–, los de «el Príncipe», «el Rey Sol» y otros por el estilo. Dotado de un especial don para fascinar y seducir, de un esnobismo contagioso subrayado por su elegancia *british*, de una asombrosa curiosidad por lo nuevo –libros, autores, amigos– y, sobre todo, de un envidiable olfato (para adelantarse al aire de su tiempo y al gusto y necesidades de sus lectores), Giulio siempre consiguió crear entre sus colaboradores un ambiente de camaradería sobre el que imponía su particular forma de despotismo ilustrado. Ser «uno de los nuestros», formar parte de la tribu Einaudi, era un privilegio al alcance de muy pocos. Y el Editor sabía cómo sacarle partido, como queda claro en este libro, o en la propia visión retrospectiva que ofrece en el estupendo volumen de entrevistas concedidas en 1991 a Severino Cesari y reeditadas por esta misma editorial.¹

Ese ambiente de camaradería, en que todo podía y debía ser discutido –desde las contrataciones a la traducción, desde la cubierta a los textos de solapa (los mejores eran los que redactaba Italo Calvino), desde las nuevas colecciones hasta la incorpora-

1. Severino Cesari, *Conversaciones con Giulio Einaudi*, trad. de Esther Benítez, Trama editorial, Madrid, 2009.

ción de los colaboradores— se llevaba a cabo especialmente en los legendarios comités de los miércoles, presididos por Einaudi y por Giulio Bollati, alias «el Maestro» (también en mayúsculas), que ejercía de director general. En él participaba un grupo reducido y variable de los «personajes mitológicos» que formaban parte del núcleo duro de la editorial en cada momento: del infatigable Pavese al implacable y mercurial Vittorini (que, además de contratar obras maestras y crear colecciones de prestigio, rechazó libros como *El Gatopardo*, *Doctor Zhivago* o *El tambor de hojalata*); de Calvino a Luciano Foà (que dejó la editorial y se fue a Adelphi cuando no quisieron contratar la edición de *Obras Completas* de Nietzsche que estaban realizando Colli y Montinari); de Bobbio a Natalia Ginzburg, sin olvidarnos de los invitados ocasionales, autores e intelectuales de la casa que pasaban por alguna de sus tres sedes (Turín, Roma, Milán) y proponían libros o autores aún por traducir. Por ejemplo, los que apoyaba Chichita (Esther Judith Singer), la traductora argentina de origen judío que se casó con Calvino, y cuyas recomendaciones sirvieron para nutrir el catálogo con la mejor narrativa hispanoamericana. El comité era una especie de «cerebro colectivo», a la vez tenso y cohesionado, por el que pasaba todo, y en el que todo se juzgaba (a menudo con vehemencia), como si se tratara de un falansterio. Y se prolongaba en encuentros informales (en los «refugios» campestres de Einaudi) y en seminarios a los que acudía la élite editorial. Estas prácticas, que favorecían la discusión y la «tormenta de ideas», fueron posteriormente adoptadas por muchas editoriales independientes; en España fueron particularmente significativos los comités de lectura de Seix Barral y de Alfaguara en la época de Jaime Salinas.

La tarea de los editores estaba bien definida en el pensamiento de Einaudi: la edición —sostenía— era «conocimiento de los hombres». Una sentencia no muy alejada de la formulación de Sartre en *¿Qué es la literatura?* (1948): «Todas las obras del espíritu contienen, en sí mismas, la imagen del lector a quien van destinadas».

El trabajo editorial tenía que decidirse entre lo que el Editor llamaba la «edición sí y la edición no». La primera es aquella que, en lugar de andar al encuentro del gusto del público para halagarlo, trata de introducir las nuevas tendencias literarias, artísticas y sociales que le ayuden a hacer emerger sus más profundos intereses; el editor, como declaró Einaudi a Cesari,² debe adelantarse al tiempo, comprender «cuáles son las tendencias subterráneas que estallarán mañana», y publicar libros de los que aún nadie ha oído hablar y que se convertirán pronto en indispensables. En el enorme catálogo de Einaudi abundan esas obras, tanto en las muchas colecciones de ensayo como en las de ficción y poesía.

Evidentemente, y más allá de los buenos deseos y de la «misión» cultural que asignaba a los llamados «editores sí», Giulio Einaudi no daba la espalda al mercado, ni tampoco despreciaba la gran «edición de consumo». Afortunadamente, al día siguiente del comité de los miércoles se celebraba otro más restringido en el que se valoraban las inversiones y se implementaban las estrategias (comercialización, campañas para librerías, prensa, publicidad) que deberían seguirse con los libros que se contrataban. Conminado por la necesidad de competir con los grandes grupos y buscando una solución propia al eterno problema de si la oferta crea la demanda o al revés, Giulio Einaudi pensaba que necesitaba los *best-sellers* para mantener un catálogo riguroso. Y si esos *best-sellers* eran buenos libros, mejor que mejor: *La historia*, de Elsa Morante, una autora muy literaria, consiguió batir la marca de las 600.000 copias en menos de cinco meses.

El catálogo extranjero de Einaudi era espectacular. Y para alimentarlo no se precisaba una tupida y costosa red de *scouts*, como las que hoy prestan servicio a los grandes grupos; bastaban los contactos personales establecidos con los propios autores de la casa, con los asesores académicos que publicaban en las colecciones de ensayo, con los colegas extranjeros que pasaban por Turín o Milán o con los que coincidían en la Feria de Frankfurt

2. *Op. cit.*

(las reuniones con copas en los salones del hotel Frankfurter Hof eran legendarias) u otros foros internacionales. Existía como una especie de tam-tam colectivo en el que participaban los editores europeos y americanos con afinidades electivas y que transmitía informaciones valiosas sobre lo que publicaban. Esa tupida red de informadores de calidad y de asesores «de la casa», además de los contactos directos de los editores con los autores, les permitió sortear durante un tiempo a las agencias literarias, que comenzaron a proliferar a partir de los años setenta, aprovechando el vacío que la rampante edición corporativa había dejado en las antiguas relaciones directas autor-editor. En la agenda de contactos estrechos de Einaudi figuraban, entre otros muchos, los franceses Jérôme Lindon (Les Éditions de Minuit), Claude Gallimard, Christian Bourgois (Les Éditions du Seuil) o Albin Michel; los británicos Weidenfeld, Allen and Unwin o Collins; los alemanes Fischer, Rowohlt, Piper, Suhrkamp o Wagenbach; los españoles Carlos Barral o Jaime Salinas: todos ellos conformando el firmamento de lo más exigente y prestigioso de la edición de la época.

Luego, recibida la información, llegaba la criba: Calvino, uno de los mejores y más rigurosos directores editoriales que pasaron por Einaudi, solía decir que el trabajo editorial se hacía, sobre todo, con los noes, especialmente a la hora de juzgar la «publicabilidad» de los inéditos. Hubo rechazos sonados; además de algunos más arriba mencionados, el propio Calvino, años antes de que aceptara trabajar en la editorial, probó la hiel del rechazo con su libro *Si una noche de invierno un viajero* que, sin embargo, Einaudi retomó y publicó años más tarde.

Un ejemplo de la actividad de esa especie de Internacional formada por los editores independientes de la época fue la creación, en 1961, del Prix International de Éditeurs –para novelas ya publicadas– y el Prix Formentor, para obras inéditas. La idea salió de Carlos Barral y de su colaborador de entonces Jaime Salinas, y el propósito era, claramente, aumentar la presencia europea del grupo de editores minoritarios. Calvino, que había asistido a los encuentros de literatura que Barral había convocado el año ante-

rior en el mismo hotel Formentor, convenció a Einaudi para que se apuntara, y a este le siguieron Gallimard, Rowohlt, Weidenfeld y la editorial norteamericana Grove Press, a los que en los años siguientes se fueron añadiendo otros. La convocatoria fue un éxito internacional, especialmente por el prestigio de los jurados (entre otros: Max Aub, Octavio Paz, Mary McCarthy, Henry Miller, Raymond Queneau, Carlo Levi, Hans Magnus Enzensberger), y sirvió para el propósito de crear un clima de interés hacia esas nuevas editoriales y sus autores. El primer premio internacional fue otorgado *ex aequo* a Beckett y Borges (quien, por cierto, nunca tuvo suerte con los premios: no obtuvo el Nobel, y tuvo que compartir el Cervantes con Gerardo Diego); en cuanto al primer premio Formentor a inéditos, fue concedido a Juan García Hortelano. Al año siguiente el premio se vio obligado a cambiar de país por, entre otras razones, la negativa de Einaudi (que había sido elegido presidente del encuentro) a someterse a las presiones del Ministerio de Información y Turismo español para que retirara del mercado la antología *Canti della nuova resistenza spagnola* (1939-1961), que había publicado con gran éxito en su editorial y había logrado un eco mediático que desasosegaba a los burócratas franquistas. Tras esos sucesos el premio, ya nómada, siguió concediéndose durante unos años, desapareció luego, y fue rescatado desde otros planteamientos a principios de este siglo.

Y, sí: durante buena parte de su trayectoria, Einaudi fue la editorial italiana de izquierda por excelencia. Cauta, pero firmemente antifascista y liberal en sus comienzos de los años treinta, el fin de la guerra y el regreso a casa de los exiliados y partisanos (el propio Giulio había participado en las guerrillas), junto con la derrota del fascismo y el regreso de la democracia, suscitaron un entusiasmo general que se reflejó en el nuevo ímpetu creador que experimentó la editorial. Un entusiasmo solo empañado por el recuerdo de la tortura y asesinato de Leone Ginzburg y la pérdida de otros colaboradores y amigos. La editorial, muchos de cuyos redactores y amigos habían sido partisanos, giró a la izquierda: el encuen-

tro de Giulio Einaudi con Palmiro Togliatti (1944) fue fundamental para que, durante un tiempo, se generalizara la impresión de que Einaudi pudiera convertirse en una editorial de partido.

Nada más lejos de la realidad, sin embargo. Se publicaron las obras de Gramsci, desde luego, y de otros líderes y teóricos comunistas, pero a la burocracia del PCI nunca acabó de gustarle la libertad y ecumenismo cultural de la política editorial del Editor y su tribu. Las discusiones político-literarias en la redacción eran constantes. Vittorini, que muy pronto había llevado a cabo la no tan paradójica travesía desde el fascismo «de izquierda» hasta el PCI, era de los más beligerantes, y el clima de discusión se calentaba significativamente en las reuniones de los miércoles, a las que se seguía invitando a colegas y amigos. Incluso Raf Vallone –sí, el actor: exalumno de Luigi Einaudi y Leone Ginzburg, exfutbolista, expartisano, y redactor del diario comunista *L'Unità*– tenía cosas que aportar al proyecto de cambiar a golpe de libros el rumbo histórico del país.

Mientras tanto, la editorial crecía y crecía. Tras el estupor causado por el suicidio de Pavese en agosto de 1950 («Vendrá la muerte y tendrá tus ojos», había escrito en referencia a Constance Dowling, su último amor frustrado), Daniel Ponchiroli se convirtió en director de colecciones, imprimiendo al catálogo un nuevo impulso. Se incorporaron docenas de autores literarios y, sobre todo, ensayos fundamentales que reflejaban lo más crítico del pensamiento universal. Hacia 1956, coincidiendo con el enfriamiento o la ruptura con el comunismo de muchos editores y colaboradores a consecuencia de la invasión soviética de Hungría, el sello Einaudi contaba con más de cincuenta colecciones!, una cifra que siguió creciendo exponencialmente en los años siguientes. Desde 1963 a 1983 –precisamente los años en que el autor de este libro tuvo más peso en Einaudi– fueron los de máximo esplendor de la editorial, los de su máximo prestigio internacional: los libros de Einaudi eran una seña de identidad de exigencia y buen gusto. Fueron, también, años de profundos cambios: del público, del mercado, de las corrientes de pensamiento. El des-

crédito de la política de la URSS y la eclosión de la influencia de nuevos líderes y teorías revolucionarias –de Mao al *Che* Guevara–, la eclosión del estructuralismo y de la antipsiquiatría, siguieron nutriendo un catálogo cada vez más voraz y omnicompreensivo.

Precisamente esa hipertrofia, producida por el intento de abarcar todos los campos y mantener en catálogo a lo más vivo de la creación literaria y del pensamiento mundial, fue una de las múltiples causas de la crisis en la que entró la editorial a partir de los años ochenta. No era un fenómeno nuevo: desde sus comienzos el sello Einaudi, como ha ocurrido a otros semejantes, mostró un evidente desequilibrio entre la ambición editorial y la eficacia financiera. En los ochenta, arrastrada por un mercado cada vez más competitivo y dominado por las nuevas maneras de entender la edición que habían aportado los grandes grupos –entre otras, la velocidad de rotación vertiginosa de los libros en las mesas de novedades–, la editorial de Giulio Einaudi fue perdiendo pie. La crisis financiera se fue agravando, al tiempo que crecían las inversiones de la editorial en ambiciosas «grandes obras» a cargo de grandes y prestigiosos especialistas. La ruptura (1983) entre los dos Giulios –Einaudi y Bollati– fue un momento clave en la transformación de un estilo irreplicable de entender la edición.

La firma siguió, pero en otras manos. Primero, la crisis financiera provocó la intervención pública para salvar la editorial, considerada casi un patrimonio nacional, y años más tarde, y tras enrevesadísimas operaciones de ventas y cesiones, Einaudi acabaría –las paradojas de la edición contemporánea– formando parte de Mondadori, una empresa de Fininvest, el *holding* del poco progresista Silvio Berlusconi, desde entonces amo de la más conocida editorial de izquierdas del país. En cuanto a Giulio, a quien alguno de sus antiguos colaboradores llegó a acusar de megalomanía y aventurerismo financiero, tuvo el dudoso honor –como ocurre a menudo cuando una editorial es absorbida– de ser nombrado durante un tiempo presidente de honor. Murió en 1999.

El logo de Einaudi, que desde 1938 figura en las cubiertas y portadas de sus libros (en el 2000 fue «modernizado»), es un emblema del siglo XVI que representa un avestruz (*struzzo*, en italiano) que sostiene un gran clavo en el pico. En la simbología antigua, el avestruz es un ave que vuela a ras del suelo y que se alimenta de todo lo que encuentra, incluido el hierro. En el caso de Einaudi, una editorial cuya historia representa lo más vivo y exigente de la cultura italiana de posguerra, ha resultado un emblema muy bien elegido.