





I SEGRETI DEL MESTIERE I

# IL MESTIERE DELL'EDITOR

## PARTE 1

LdiLibro

I edizione LdiLibro: novembre 2025  
LdiLibro by Arpod

ISBN:

[www.elledilibro.it](http://www.elledilibro.it)

## ／ LEGGENDE E LUOGHI COMUNI

In *Martin Bauman*, romanzo del 2000, pubblicato in Italia da Mondadori nel 2002, David Leavitt racconta l'iniziazione alla letteratura di un giovane che vuole, prima di ogni altra cosa, diventare uno scrittore. Non è difficile riconoscere nel dotato protagonista, ambizioso quanto insicuro, la fisionomia dello stesso Leavitt, che con la raccolta di racconti *Ballo di famiglia* (1984) si imponeva a soli ventitré anni come uno dei narratori di maggior impatto sulla scena letteraria americana degli anni Ottanta e Novanta, entrando di diritto in quella "classe" di giovani e rampanti scrittori che comprendeva tra gli altri Jay McInerney (*Le mille luci di New York; Si spengono le luci*), Bret Easton Ellis (*Meno di zero; American Psycho*), Tama Janowitz (*Schiavi*

*di New York*), Susan Minot (*Scimmie*), Donna Tartt (*Dio di illusioni*), Michael Chabon (*I misteri di Pittsburgh*), Rick Moody (*Cercasi batterista, chiamare Alice; Tempesta di ghiaccio*) e non solo, formati in parte sotto l'influenza del grande Raymond Carver e, per certi altri aspetti, sulla scia di quel tono alla Joan Didion che racchiude i prodromi di quanto oggi definiamo "autofiction".

Tornando al romanzo di David Leavitt, ottenuta l'ammissione a un prestigioso college, il giovane ed eponimo Bauman non ha che da gettarsi con reverenziale entusiasmo tra gli artigli di Stanley Flint, leggendario editor che con una sola parola può affossare o far decollare una carriera. Le lezioni del suo celebre corso accademico sono più simili a drammatiche sedute di psicanalisi, dove la pressione non sprigiona catarsi, e il senso di umiliante inadeguatezza è il muro da valicare per poter uccidere quei "padri letterari" di cui la figura di Stanley Flint è insieme simbolo e superamento. Perché Flint è, innanzitutto, un editor fino al midollo, che la penna di David Leavitt pare attingere dalla tenebrosa vulgata che si è sedimentata intorno a questo mestiere,

tanto controverso quanto cruciale nell'editoria contemporanea.

Si diceva che alla fine del trimestre Flint inducesse i suoi studenti a mettere per iscritto i loro segreti più profondi, più intimi e più sporchi e poi li leggesse ad alta voce a uno a uno. Si diceva che chiedesse loro se erano pronti a dare un braccio o una gamba pur di scrivere una riga bella quanto quella d'apertura di *Ritratto dell'artista da giovane*. Si diceva che avesse con sé una pistola e sparasse un colpo ogni volta che uno studente leggeva una frase che lui giudicava formidabile.

Fin qui, dunque, la “leggenda”; quella dell'editor demiurgo, tiranno e salvatore, figura misteriosa e famigerata con i piedi in due staffe, in bilico tra arte (presunta e altrui) e professionalità (propria), di cui tanto si chiacchiera ma che, ancora oggi, pare arrivarci filtrata da una sorta di mitologia pop che le scuole di scrittura creativa o casi più o meno celebri hanno contribuito ad alimentare.





## ／ IL GRANDE ANTESIGNANO

Ebbene, lasciando da parte ogni colorita interpretazione, narrativa o d'altro genere, della figura dell'editor, vale la pena segnalare un libro che, per chi volesse avvicinarsi a questo mestiere senza un bagaglio di esperienza alle spalle, è un po' come la Bibbia: *Max Perkins, l'editor dei geni*, di Andrew Scott Berg (Elliot, 2013). Un testo capitale per ciò che racconta di vero e anche per ciò che, oggi, tanto vero non è più. Perché se è evidente che i tempi siano mutati, e con essi le dinamiche interne alle case editrici e i loro riflessi sulle figure professionali dell'editoria, è ancor più pacifico che senza la spinta di una motivazione ideale forte, di un'emotività per così dire "romantica", non si va da nessuna parte. Insomma, c'è sempre tempo per capire, adeguarsi,

prendere le misure; in poche parole, per diventare “cinici” professionisti.

Dunque, anche l'aura di romanticismo letterario che questo libro sprigiona, narrando la nascita di quella gang di romanzieri che intorno agli anni Venti del Novecento rivoluzionò la narrativa americana, è assolutamente importante per chi vuole capire chi è, cosa fa e cosa non dovrebbe fare un editor.

In questo senso, Maxwell Perkins è l'antesignano: colui che in pratica ha inventato un mestiere che prima non c'era, codificandone le mansioni, il raggio d'azione, i limiti. E come li ha codificati? Ampliandoli enormemente.

Prima di Perkins, un editor era in sostanza un redattore o poco più. Leggeva e correggeva le bozze dei libri destinati ad andare in stampa, badando alla grammatica, alla sintassi, alla punteggiatura, in base a criteri di solito rispettosi dei canoni stilistici in voga.

Con Perkins, l'editor diventa ben altro: non più un operatore tecnico, ma un professionista che opera su un terreno quasi “spirituale”. Perkins iniziò a *scoprire* i talenti, distinguendosi fin da subito come

scout astuto e geniale. E dopo averli scoperti, sapeva allenarli e tirarli a lucido, prima comprendendo e poi esaltando al massimo delle potenzialità un certo talento, una certa voce, una cifra stilistica. Naturalmente, fare questo significava intervenire su un'opera anche nel corso del processo creativo; fase delicata, problematica, ed è qui che nasce e si diffonde la leggenda – poi pericoloso luogo comune – dell'editor che fa quasi da psicanalista ai propri autori: amico, confessore, consulente sentimentale, medico, compagno di sbronze eccetera. Lo stereotipo romantico – di cui Ernest Hemingway e altri hanno la maggior responsabilità – del romanziere americano tutto bourbon e sigarette e ticchettio di tasti è stato indirettamente forgiato anche da Max Perkins, che di quei bourbon, di quelle sigarette, di quelle compulsioni ticchettanti fu complice, medico, riequilibratore.

*Come*, però. Come faceva tutto questo. È il *come* che ci interessa.

## ／ LA PRIMA LEGGE DELL'EDITOR

A dispetto della leggenda, corroborata anche dal contesto storico-culturale a lui coevo (se hai la fortuna di conoscere e frequentare per anni F. Scott Fitzgerald o Hemingway, qualcosa su cui favoleggiare lo lasci senz'altro, su questa terra), Perkins mise subito in chiaro la prima legge del mestiere dell'editor, quella che ne prescrive l'assoluta *trascurabilità*.

Ma come! Gli editor prima erano meri correttori di bozze, ora con Perkins diventano scout e amici e spin-doctor dei loro autori, e lui parla di trascurabilità?

Esattamente, ed è proprio con piena consapevolezza del suo ruolo e potere che Perkins prescrive la modestia, l'onesta capacità di tenersi sempre in seconda linea. Il suo primo motto era:

## IL LIBRO APPARTIENE ALL'AUTORE

Le sue sentenze lapidarie su questo tema sono arcinote:

«Un editor non aggiunge niente a un libro. Nel migliore dei casi è l'ancella di un autore»; o ancora: «Non vi venga mai in mente di sentirvi importanti per quello che fate, perché un editor non crea niente. Un editor al massimo rilascia energia». Per questo, proseguiva: «Il lavoro migliore di uno scrittore viene totalmente da sé stesso».

È singolare che l'editor più celebre e influente della storia la pensasse così, soprattutto se facciamo caso a certa isteria che oggi investe il mondo editoriale e il ruolo dell'editor in particolare; un'ansia di protagonismo dovuta in buona parte alla nuova attenzione che giornali e operatori culturali riservano a questa figura. Ma si tratta a sua volta di un'attenzione imputabile alle frequenti e allarmistiche osservazioni circa la produzione editoriale sempre più standardizzata e alla parziale, reciproca invasione di campo di molti editor e autori: editor che diventano romanzieri, o romanzieri assunti in casa editrice.

È curioso notare che non sempre questo vaso comunicante determina fortune professionali o artistiche. Un meraviglioso scrittore come Giorgio Bassani non si rivelò un editor particolarmente brillante fino a che, nel 1958, suggerì la pubblicazione per Feltrinelli del *Gattopardo*, precedentemente rifiutato da Elio Vittorini per Mondadori ed Einaudi. Un singolo colpo andato a segno. Ma che colpo!

## ／ PER IL BENE DEL LIBRO

Quello che ci interessa rimarcare in questa sede è che Perkins comprese prima e meglio di ogni altro i rischi e le compromissioni legati alle implicazioni psicologiche ed emotive di un lavoro che lo portava a vivere a stretto contatto con chi scrive – e gli scrittori sono notoriamente clienti assai difficili, narcisisti, psicotici, collerici, condannati dal fatto che l'esercizio stesso della scrittura, come si diverte a sottolineare Alessandro Piperno, pone chi lo pratica a contatto con la parte peggiore di sé –, e per salvarsi, per venir fuori da un ginepraio potenzialmente distruttivo, pose l'accento sulla sacra importanza del prodotto finito: il libro, appunto. «Non c'è niente di più importante di un libro», ripeteva a Thomas Wolfe, uno che si presentava nel suo

ufficio trascinandosi dietro carrelli carichi di migliaia di pagine che poi il povero Perkins avrebbe dovuto selezionare e riordinare in qualche maniera.

Il prodotto finito, dunque. Il libro, il bene del libro, sua maestà il libro. È tutto qui, e si fa tutto per questo.

Naturalmente, per rispettare un libro e provare a garantirgli un buon destino editoriale occorre prima ancora rispettare l'autore. E rispettare l'autore, per quel che riguarda l'interesse e le competenze di un editor, significa rispettarne la "voce".

Ecco cos'è un editor: un amplificatore di voci e sensibilità altrui, da potenziare e mai snaturare. «Il procedimento è semplice», diceva sempre Perkins, «se avete un Mark Twain non cercate di trasformarlo in uno Shakespeare o viceversa. Perché alla fine», aspetto fondamentale, «un editor può tirare fuori da un autore solo quello che l'autore ha già in sé».

A tale proposito, è divertente ricordare una sorta di "parabola", quella dell'incontro fra George Gershwin e Ravel, al quale il compositore della *Rapsodia in blu* chiese aiuto per colmare le sue



lacune nella preparazione classica. «Perché volete rinunciare a essere un ottimo Gershwin per diventare un cattivo Ravel?», gli rispose quello.

## ／ UN OCCHIO ESTERNO

Eppure sappiamo tutti che, nella filiera, la funzione dell'editor è cruciale. L'editor, in un certo senso, è il principe nella corte di professionisti che lavorano all'interno di una casa editrice. Perché, dunque, c'è sempre e comunque bisogno dell'editor, con buona pace di molte diffidenze attuali?

Il fatto è che l'editor rappresenta quell'occhio esterno che a un certo punto si rende necessario per un autore. “Staccarsi” dalla propria opera, infatti, può risultare difficile. Dopo mesi o anni di immersione nell'ecosistema da lui ideato, alle prese con quei personaggi, quelle vicende, e i problemi di modalità espressiva che ciò ha determinato, uno scrittore rischia la stessa sorte di quel soldato giapponese sperduto nella sua giungla personale

che, dopo cinquanta anni, crede ancora che ci sia la guerra. Occorre tirarlo fuori da lì, e può farlo soltanto chi è capace di empatia stilistica nei confronti di un autore ma, allo stesso tempo, del distacco opportuno per strappargli di mano la sua creatura.

Sempre Perkins ricordava che Hemingway aveva una tendenza esagerata a correggersi: pare che avesse riscritto alcune parti di *Addio alle armi* cinquanta volte.

Allora qual è il limite? Ovvero, quando è giusto che un editor subentri?

«Prima che un autore distrugga le qualità naturali della sua scrittura; non un attimo prima», rispondeva Perkins.

È pur vero che a volte quel “prima” può anche essere “molto prima”... Insomma, stiamo pur sempre parlando dell’editor che prese un materiale informale dal titolo *L’egotista romantico* – un brogliaccio che però, a rigirarselo tra le mani, sprigionava promettenti scintillii – e lo trasformò in *Di qua dal Paradiso* (dopo il passaggio intermedio di una versione intitolata *L’educazione di un personaggio*):

era il 1920, e si trattò forse del più travolgente esordio letterario della storia della narrativa americana, che dall'oggi al domani rese celebre e ricco il giovane Scott Fitzgerald.

Anche sul titolo, naturalmente, l'editor può esercitare una sua influenza, e non sono rari i casi in cui, in questa scelta di grande importanza strategica, l'ultima parola è proprio la sua e non quella dell'autore. Un argomento sul quale torneremo.

## ／ EDITOR & AUTORE

Le qualità naturali di uno scrittore, il suo “tono”, la sua “voce”, il suo “mondo” – ogni editor ha un’espressione tutta sua per definire una personalità autoriale – sono dunque l’elemento sacro da salvaguardare e possibilmente esaltare.

Questo ci porta però a un altro tema, forse quello veramente cruciale: il rapporto tra editor e autore e le tacite regole che, se ci sono, dovrebbero disciplinarlo.

Se ha ragione Perkins – e c’è da ritenere che difficilmente avesse torto –, la faccenda non è poi così complicata: mai sovrapporsi o sostituirsi all’autore. A questo punto, quindi, le eventuali complicazioni del mestiere sarebbero di carattere tecnico, non etico, giacché non è da tutti disporre di una sensibilità

permeabile, mimetica, tale da piegarsi docilmente alle esigenze espressive di chi ha meritato la nostra attenzione di editor.

Il fatto è che Perkins, alla prova dei fatti, non ha sempre ragione.

Chi tra gli addetti ai lavori lo contraddice lo fa a suo rischio e pericolo, spesso contribuendo all'immissione sul mercato di autori in serie e di romanzi poco distinguibili uno dall'altro (al netto degli allarmismi eccessivi, alcuni critici e recensori hanno ragione nel problematizzare questo dato di fatto). Ma c'è pure chi, "invadente", facendo di testa sua, ha regalato al mondo alcune tra le cose migliori della narrativa del secondo Novecento.

Non si può non parlare, a questo proposito, del controverso caso Carver-Lish.

## ／ IL CASO CARVER-LISH

Esporre i termini di questa sorta di *case history* è interessante perché porta un lettore e/o un aspirante editor e/o uno scrittore a porsi dei problemi, provando a immaginare come si sarebbe comportato al posto di uno dei due diretti interessati.

Innanzitutto il caso Carver-Lish è un caso limite, presenta cioè delle dinamiche estreme, tali da far ritenere che il Raymond Carver letto e tardivamente osannato da milioni di lettori in tutto il mondo non fosse realmente Raymond Carver, ma un Carver inventato, frutto della manipolazione del suo editor di fiducia.

Dopo questa scoperta, dovuta al rinvenimento di alcune lettere in cui l'autore implorava il suo editor, Gordon Lish, di “andarci piano” con gli interventi

e la revisione, ci si è scatenati in un giochino un po' sadico: si è andati a confrontare i manoscritti pre editing di tanti racconti carveriani, in particolare quelli della raccolta *Di cosa parliamo quando parliamo d'amore*, con la versione ufficiale e per prima data alle stampe. Ebbene, Gordon Lish cambiò il finale a dieci racconti su tredici, e tagliò pagine su pagine, circa il cinquanta per cento del materiale originale.

Il caso, in Italia, fu sollevato tra gli altri da Alessandro Baricco alla fine degli anni Novanta.

La sua analisi si concentra principalmente su due racconti della raccolta, *Di' alle donne che usciamo* e *Ancora una cosa*, e mostra come le differenze tra le versioni editate da Lish e quelle originali non offrano soltanto spunti di riflessione inerenti gli aspetti tecnici e narratologici, ma rivelino due distinte visioni della vita e degli uomini. La visione glaciale e laconica – quella divenuta celebre, *brandizzata* – veicolata attraverso la versione editata da Lish non è la stessa visione che si evince leggendo i racconti originari, che concedono molto di più in termini di pietas, sentimento ed empatia dell'autore



verso i suoi personaggi eternamente sconfitti, carnefici o vittime che siano.

Dal punto di vista tecnico è facile ad esempio notare che, nella versione accorciata di *Di' alle donne che usciamo*, comprendente sei pagine di dialogo su un totale di dodici, Gordon Lish ha aggiunto ben trentasette «disse». Uno dei marchi di fabbrica carveriani, questi «disse» ossessivi, ripetuti come rullate di batteria, a cadenzare con precisione dolorosa paragrafi di un'esattezza micidiale. Eppure, il "vero" Carver tutti questi «disse» non li usava.

Ancor più importante il fatto che il Carver-di-Lish, in cui davvero non esiste una sola parola di troppo, ha aperto la strada a tanti, tantissimi epigoni cantori della violenza nata dalla normalità.

*Di' alle donne che usciamo* ha una trama semplice quanto gelida: Bill e Jerry sono amici dall'infanzia. Due tipi normali. Il primo lavora nella grande distribuzione, il secondo è vicedirettore di un supermercato. Nel weekend si frequentano, con le rispettive mogli e i figli. Una domenica pomeriggio, mentre sono tutti a casa di Jerry, in un contesto molto americano e molto *middle class*, con tanto di piscina di

plastica nel giardino, bimbi che schiamazzano, donne in cucina a ciaccolare per conto loro, i due hanno l'idea di evadere un po'. Tanto per far qualcosa, per posare le lattine di birra, per sgranchirsi... Salutano e vanno a farsi un giro in macchina. Per farla breve, mentre se ne vanno a zonzo incrociano due ragazze in bicicletta. All'inizio ci scherzano, ci vanno giù un po' pesanti. Quelle si allontanano. E a quel punto, senza nemmeno sapere bene cosa diavolo stanno facendo, i due bravi amiconi le seguono. Neanche a dirlo, entrambe le ragazze faranno una fine orrenda.

Ebbene, il cortocircuito scioccante che illumina tanta narrativa americana e non solo, *American Psycho*, il cattivo della porta accanto, la società che produce sociopatici e mostri... nasce tutto da lì. Ma non dal Carver originale, appunto.

A riprova di ciò fanno testo soprattutto i finali diversi di *Di' alle donne che usciamo* (nella versione pre editing di questo racconto, quasi ci si avvicina emotivamente a Jerry, che in effetti fin dall'inizio non sembra del tutto giusto di testa) e *Ancora una cosa*.

Quest'ultimo non riporta che uno sprazzo di vita

breve e lancinante, una discussione, anzi un litigio, tra un uomo e una donna che si stanno lasciando, con l'uomo sul punto di uscire per sempre dalla porta di quella casa. Anche stavolta gli interventi di Lish hanno a dir poco liofilizzato la versione originale scritta da Carver. Eppure, visto che in letteratura quasi tutto è opinabile – solo il grande critico Harold Bloom, con la sua mania per il ranking e le “classifiche”, sembrava avere certezze assolute – ci accorgiamo che almeno un piccolo acuto di luminosa tenerezza Gordon Lish l'ha aggiunto, nella versione di *Ancora una cosa* da lui editata. Carver, di per sé, ha la tendenza a dire molto di più, a essere più esplicito: nel dialogo tra il padre L.D. e la figlia Bea (che Lish, vai a sapere perché, ribattezza Rae) si fa aperto riferimento al problema del bere – è la testa che controlla tutto, insiste Bea; e quindi se il padre si metterà in testa di smettere di bere, riuscirà a farlo.

Nella versione lishiana, invece, il bere non è neanche menzionato. Assistiamo a un segmento finale di conversazione, piuttosto incasinata, ma dai toni e dall'argomento capiamo che c'è di mezzo la

testa, il problema dell'autocontrollo, e che l'alcol sia qui il punto cruciale lo intuiamo in modo elegante e realistico. Eppure, nel mezzo di questa concitata discussione senza né capo né coda, ecco che Gordon Lish fa sì che Rea allunghi una mano e usi la sigaretta del padre per accendersi la sua. Nella versione carveriana, Bea sfila semplicemente una sigaretta dal pacchetto sul tavolo. E direi che qui, a dispetto di tutte le interpretazioni ormai invalse, Lish ci regala un felice tocco di intimità tra padre e figlia; intimità che Carver, invece, nonostante le macerie tra le quali si muovono e gridano questi suoi personaggi, affida tutta alla disperata concione finale di L.D., quando sulla soglia di casa, con la valigia in mano, dice alla moglie Maxine che lui le vuole bene, nonostante tutto le vuole bene e gliene vorrà sempre.

## ／ UN FALSO PROBLEMA

Il problema, qui, è filologico ed ermeneutico. Filologicamente, siamo di fronte a uno scandalo. Ma dal punto di vista ermeneutico, cosa cambia? La bellezza di quei racconti resta intatta, godibilissima, a disposizione di chiunque voglia leggerli, e per sempre. Se le cose si complicano è perché, lo sappiamo, oggi la firma vale quanto e più dell'opera. In editoria, nel mercato dell'arte, in politica, in quasi ogni campo dell'agire e dello scibile umano, il *brand* e la *brandizzazione* dominano.

Ciascuno può dare la sua risposta al problema. Ma forse, per inquadrare meglio la faccenda, possiamo spostarla dal terreno della letteratura a quello musicale.

Se, tanto per fare un esempio, amo un disco

come *Kind of Blue*, amo il prodotto finito, vale a dire *Kind of Blue* composto, registrato, arrangiato, prodotto, confezionato e messo in vendita. È questo il *Kind of Blue* che si è guadagnato il titolo di miglior disco jazz di tutti i tempi. E se scopriessi che la linea melodica di *So What* non è farina del sacco di Miles Davis? Magari gliel'ha suggerita Bill Evans, con due tocchi secchi e ripetuti sulla tastiera del suo piano, in studio, durante una pausa sigaretta. Cambierebbe qualcosa per l'appassionato? Sì, è probabile, ma l'opera resterebbe: bella e immortale.

C'è da riconoscere che con la narrativa, esercizio mai corale, dove il rapporto artista-pubblico non è necessariamente più viscerale e fideistico ma senz'altro meno mediato da altre componenti di contorno, le cose possano risultare diverse. Soprattutto oggi, con gli editori, editor e scout che sembrano cercare prima di tutto "autori" e solo secondariamente "libri".

In fondo anche nell'editoria libraria, come in certi filoni della produzione cinematografica o musicale, il credito che si dà al prodotto (autore+libro) al momento di lanciarlo sul mercato non può essere la risultante di criteri *esclusivamente* qualitativi.

Si fa infatti sentire il peso “dell'autore-brand”, delle sue vendite pregresse, dell'hype che gli si genera intorno o che – potenza del marketing – si è bravi a generare. Un sistema che fa risaltare particolarmente quei non pochi casi di romanzieri dall'esordio folgorante e che poi, alla prova cruciale del secondo libro, non hanno ottenuto i medesimi riscontri di pubblico o di critica. È successo a Paolo Giordano con *Il corpo umano* (2012), che seguiva al trionfo de *La solitudine dei numeri primi*; a Silvia Avallone con *Marina bellezza* (2013), attesissimo dopo il successo del suo primo romanzo *Acciaio* (2010); a Chiara Gamberale che, dopo l'ottimo esordio con *Una vita sottile* (1999), che la connotò subito come autrice “generazionale”, ha poi avuto accoglienze più tiepide, specie dalla critica, pur costruendosi una carriera solida e regolare.

In effetti, dall'esterno si avrebbe la tentazione di pensare che lo schema applicato sia facile facile: Il primo libro ha venduto bene? Allora gli altri successivi si venderanno da sé...

In realtà, le cose non sono così semplici.





## ／ DUE TAVOLI: SCOUTING E LAVORO SUL TESTO

Lungi dal voler essere generalizzazioni feroci o ingenerose, gli esempi e le riflessioni sopra riportati vogliono soltanto introdurre il tema delle logiche e dei condizionamenti che regolano la prassi di case editrici e addetti ai lavori del mondo editoriale.

Quello dell'editor è un mestiere che si declina su campi d'azione diversi. Scouting e lavoro sul testo sono senz'altro i primi due.

Per scovare nuovi libri e autori, come per lavorare a un'opera narrativa, a qualunque stadio di definizione questa gli si presenti, l'editor non può pensare che basti la sua capacità di comprendere e poi adattarsi a un "tono" che l'ha colpito e che ha deciso di valorizzare lavorando di concerto con

l'autore. Perché il dato irriducibile con cui un editor deve comunque fare i conti è quello della propria soggettività – “per fortuna”, dovremmo dire, anche se non sono pochi i casi in cui l'influenza di un patrimonio del tutto individuale di idee, letture, bagaglio culturale, rischia di confliggere silenziosamente con le linee guida dettate dall'azienda per cui un editor lavora e che pure, oggi, sono meno nette e definite che in passato (nel senso che nell'editoria attuale, a differenza di quanto accadeva ad esempio nell'epoca della cosiddetta egemonia culturale einaudiana degli anni Sessanta e Settanta, *tutti vorrebbero fare tutto*, a patto che abbia successo).

Al netto dei casi limite – è tutt'ora improbabile che Adelphi decida di pubblicare un thriller fantascientifico alla Dan Brown o un romance in stile Newton&Compton, o che quest'ultima possa portare in libreria nuove edizioni di Philip Roth o della *Cognizione del dolore* di Gadda – più o meno tutti gli editori vanno a caccia del *bestseller*.

Oggi come oggi, di fronte al grande successo di un libro, specie se si tratta di un esordio, difficilmente

gli altri editori si consolano al pensiero che quel romanzo poteva andar bene solo per quel marchio, mentre non era certamente nelle loro corde. Einaudi, Minimum Fax, Piemme, Rizzoli, Fazi e tutti gli altri non saranno rimasti indifferenti al primo posto in classifica a lungo tenuto dal già citato Paolo Giordano con *La solitudine dei numeri primi* oppure, per menzionare un caso più recente, da Stefania Auci con la fortunata saga *I leoni di Sicilia*. È anzi probabile che una sana quanto malcelata invidia abbia scosso i nervi di uffici stampa e direttori editoriali nel loro compulsare le classifiche delle pagine culturali dei maggiori quotidiani, la domenica; e chissà, qualche editor avrà sudato freddo, ripensando al giorno in cui un manoscritto assai più corposo della versione andata in stampa, con un titolo diverso ma stessa trama e nome dello stesso autore sul frontespizio, era atterrato sulla sua scrivania, per poi essere improvvisamente liquidato dopo una breve occhiata distratta. Quando questo accade, il problema è che di solito si viene anche a sapere (l'aneddotica editoriale è zeppa di cantonate e di successi, di rifiuti di alcuni che sono diventati i trionfi di altri).

C'è sempre, però, una sottile ipocrisia nel rimproverare un editor che ha considerato un certo libro – diventato poi un “caso editoriale” – non adatto alla propria casa editrice, rifiutandolo. L'ipocrisia sta nel disconoscere il dato di soggettività di cui si parlava, perché un successo editoriale è anche il portato di elementi imponderabili – a volte, perfino l'innamoramento imprevisto di un recensore di peso, o il tanto sospirato passaparola – e, soprattutto, se è vero che “tutti farebbero tutto”, ciò non vuol dire che tutti possano farlo.

Può essere vero, infatti, che un libro portato al successo da un grosso gruppo editoriale non avrebbe riscosso altrettanta fortuna con la livrea di un altro editore. Un aneddoto curioso è legato all'esordio per la Fazi Editore di Christian Frascella con il romanzo *Mia sorella è una foca monaca* (2009). Romanzo di formazione svelto, comico e tenero, riuscì a farsi notare nel panorama narrativo italiano dell'epoca, che privilegiava toni seri o drammatici e non presentava particolare inclinazione per il dialogo brillante. Ciononostante, il manoscritto era stato rifiutato da competitor

importanti – Rizzoli e Minimum Fax, tra gli altri – prima di essere lanciato dalla Fazi. Che a sua volta, come dichiarato in una recente intervista dallo stesso editore, ancora si rammarica per aver rifiutato, molti anni orsono, il primo libro di un certo Gianrico Carofiglio. Come a dire: un giorno si vince, un altro si perde...

## ／ LA “DURA REALTÀ”

Sia sull'attività di lettura, valutazione e scouting, sia sulla fase di eventuale affiancamento dell'autore e lavoro al testo, incombe il paradosso proprio dell'editoria. Un paradosso smascherato dalla definizione stessa di editoria come “industria culturale”.

Forse, più che di un paradosso, si tratta di un'aporia. L'editoria è esattamente il luogo di questa aporia.

Quando a Valentino Bompiani veniva chiesto cosa fa un editore, rispondeva che un editore fa tutto quello che non fa nessun'altra figura. Un editore fa cioè “tutto il resto”.

Inutile dire quanto qui si giochi la partita con il *self-publishing*. Oggi è possibile tirar fuori dal cassetto il proprio romanzo e veicolarlo su una piattaforma di autopubblicazione online, facendo nascere a tutti gli

effetti il proprio libro riducendo quasi a zero il ruolo degli intermediari. Così, mentre per mille ragioni cambiano le modalità di approccio all'idea di pubblicazione, all'oggetto libro e all'esercizio stesso della scrittura, l'editore dovrebbe trovarsi a rivestire ancor più che in passato il ruolo di selezionatore, colui che imprime un criterio valoriale, l'imbuto che restringe in flusso.

Peccato però che rispetto al passato ci siano nuove logiche che, se non le annullano, si intrecciano a quelle tradizionali nell'indirizzare tale "selezione". E queste nuove logiche influiscono direttamente sul modo di lavorare di un editor. Al netto del valore letterario, infatti, un ragionamento a monte anche su altri parametri c'è sempre stato, quando si tratta di scegliere o meno un libro. L'impressione è però che questi ragionamenti altri e collaterali rispetto al criterio prettamente qualitativo siano oggi più diffusi e dirimenti. Uno dei principali effetti è la già citata *brandizzazione*. Si cercano autori prima ancora che libri, possibilmente con attitudine da "personaggio", capaci di vendersi e presentarsi bene.

Negli anni, lo si ricorderà, si sono susseguiti vari *trend* in questo senso: quello degli scrittori-magistrati,

degli scrittori-avvocati, per un po' quello degli scrittori-medici, o comunque provenienti da un contesto non letterario. E sono all'ordine del giorno i casi in cui gli agenti letterari si vedono richiedere da editori ed editor libri "alla xy".

Se un libro di un certo autore ha inaugurato un filone fortunato, o si è incanalato in un *trend* già esistente, la tentazione è quella di andare sul sicuro. E anche quando non si va sul sicuro, ma si decide di lanciare qualcosa di relativamente insolito, l'attitudine a etichettarlo per trovargli una nicchia di mercato immediatamente identificabile è fortissima: ecco che, dunque, il formidabile esordio nel 2005 di Alessandro Piperno *Con le peggiori intenzioni* – quasi centomila copie nella prima settimana –, senz'altro lontano dagli stilemi diaristici e svelti svelti in voga presso tanta giovane narrativa nostrana di quegli anni, venne presentato attraverso un ribaltamento mediatico come "*il romanzo scritto come si scrivevano una volta i romanzi*". E fin da subito fu Piperno stesso a ricavarsi la propria teca personale, dove tutt'oggi lo si espone come "*il romanziere che scrive come si scriveva una volta*".



Pensiamo anche alla lunga ed elaborata "confezione" di un altro esordio fortunato, il già citato *La solitudine dei numeri primi* di Paolo Giordano. Un libro che, tra gli addetti ai lavori, viene considerato una creatura del suo editor Antonio Franchini tanto quanto del suo autore. E in effetti è il sogno di ogni editor: prendere un manoscritto assai lungo, ridurlo, levigarlo, dare ai dialoghi e alla prosa un ritmo più scattante, discutere con l'autore per imporre, al posto del titolo *Sopra e sotto l'acqua* da lui scelto, una roba strampalata come *La solitudine dei numeri primi*, convincere l'ufficio stampa a lasciar perdere tutto il resto e a concentrarsi sulla promozione di questo romanzo, e poi vincere il Campiello, vendere milioni di copie, vedere un film girato da Saverio Costanzo eccetera eccetera. Come a dire: *Avevo ragione io!*, anche e soprattutto sul titolo, che non a caso ha lanciato la moda dei titoli lunghi, criptici, spigolosi.

A proposito della scelta dei titoli: è curioso notare che non sempre chi è più compromesso con il libro, vale a dire l'autore, o il suo editor, è anche la persona più adatta a trovare un titolo efficace.

Quella del titolo si configura spesso come una

sorta di faccenda da pubblicitari, ha a che fare con una scienza a parte che sconfessa la pretesa, istintiva e comprensibilissima per un autore reduce da mesi di immersione nelle sue pagine, di condensare in un titolo, in due o tre parole appena, ciò che il libro rappresenta per lui: significato, valore, implicazioni tematiche... tutto quel che ritiene di averci messo dentro, insomma.

Perfino romanzi che sembrano avere una fisionomia fuori dal coro – corpulenti, ingombranti, dunque apparentemente immuni alla critica della standardizzazione e della “patinatura dell’editor” – si piegano docili a una *tag*: *La scuola cattolica* di Edoardo Albinati, romanzo di quasi 1.300 pagine, è in tal senso un “oggetto editoriale” interessante, in linea con la tendenza, in voga presso alcuni operatori del settore, del libro “anti editor”, ostentatamente disordinato, ricco di ripetizioni concettuali. Eppure sappiamo che un editing robusto è stato fatto anche su questo, producendo un taglio di diverse centinaia di pagine (tale era la mole della versione originale!).

Possiamo dire che sono rari, oggi più che in passato, i casi in un cui un autore, preceduto dalla sua

aura e da un peso contrattuale, ottiene un "visto si stampi" senza alcun intervento dell'editor. Di solito, quando ciò accade, l'autore in questione ha già lavorato con un suo editor di fiducia prima di presentare l'esito delle proprie fatiche alla casa editrice.

Come sempre restano i ricordi, l'aneddotica preziosa... Sappiamo che l'editore Neri Pozza nel 1951 decise di pubblicare *Il ragazzo morto e le comete*, esordio dell'*enfant prodige* Goffredo Parise, allora diciannovenne. Libro straordinario, sperimentale, febbricitante, personalissimo, con uno stile che in Italia ancora non si era mai visto. Ebbene, nella prima edizione dell'opera apparve per volere dell'editore la seguente Avvertenza:

«L'editore ha insistito perché l'autore tornasse a togliere storture ed errori. L'autore ha rifiutato di farlo con l'ostinazione spavalda di chi ha davanti una vita».

Ecco, un rapporto così, anche schermagliante, tra gentiluomini d'intelletto, oggi è in effetti cosa più rara che in passato.

## ／ L'EDITORIA CHE CAMBIA

L'editoria cambia, ma dove non sembra cambiata granché è nella tanto discussa “barriera all'ingresso” che gli aspiranti autori devono affrontare, nell'innarrivabilità dell'editor, nella presunta reticenza o ingenerosità di questa figura. Del resto, per capire che tipo è l'editor dal punto di vista degli scrittori che affidano a lui le proprie speranze, basti pensare a come Giuseppe Pontiggia, nel libro *Dentro la sera* che raccoglie le sue lezioni e riflessioni sulla scrittura, rievoca la fatica del proprio esordio letterario con *La morte in banca*.

A quanto pare era riuscito a procurarsi il numero e a telefonare a Elio Vittorini, allora editor della collana “I gettoni” in Mondadori:

«Buongiorno, lei non mi conosce, mi chiamo

Giuseppe Pontiggia, avrei un manoscritto...». E Vittorini rispose: «Bene, me lo mandi, poi mi telefoni, io non l'avrò letto e allora lei mi ritelefonì e non l'avrò letto neanche allora; mi telefoni una terza volta, io sarò irritato che lei mi telefoni per la terza volta, però alla fine l'avrò letto, dopodiché ci incontreremo».

Tutto sommato la faccenda si è risolta con un lieto fine... Di solito la conclusione è più tranciante, o non c'è conclusione perché non c'è stato nemmeno un inizio.

Se per certi aspetti il sistema attuale può non collimare esattamente col "sogno" di chi desidera lavorare nel mondo editoriale, c'è però da tener presente che oggi le case editrici devono combattere contro avversari spaventosamente più grandi e forti di loro in un campo di battaglia che si chiama *infotainment*. Qui ci sono pesi massimi come Sky e Netflix, ci sono gli *streaming* su YouTube e le partite di Champions. Si parla tanto della crisi dell'editoria, ma il fatto che una casa editrice riesca ancora a sopravvivere a tutto questo sarebbe, forse, il vero miracolo da rilevare.

Se un editore, dunque, è per prima cosa un imprenditore, non deve sorprenderci né tantomeno scandalizzarci il fatto che inseguia il suo tipo di “autore” (del resto, una volta che hai fatto una fatica da matti con un singolo libro hai chiuso lì; scoprendo un “autore”, invece, avrai poi molti libri futuri). Non devono sorprenderci nemmeno i numerosi casi di editing ai limiti del *ghost writing*, o di *ghost writing* veri e propri, o l'intera vasta gamma di successi, come si dice, “costruiti a tavolino”.

Ancora una volta aveva ragione Perkins: è auspicabile per un editor non costruire mai niente, molto meglio rifinire ciò che già esiste. Ma una mediazione tra sensibilità propria e dinamiche di mercato è possibile, oltre che opportuna. Ci sono spazi emotivi e situazionali, idee, aree tematiche che si impongono all'attenzione per il tempo di una stagione: è un meccanismo ineflabile, quasi misterioso... Un editor che qualche anno fa avesse ricevuto un romanzo ben scritto sul tema “coppia”, “matrimonio” o simili, difficilmente avrebbe potuto ignorarlo, visto che in quel

momento sembrava tornato in auge uno dei temi narrativi più classici: il matrimonio, appunto. E, dopo tanta letteratura femminista, il matrimonio scrutato dagli occhi del marito. Si espande il movimento *#metoo*, siamo in piena crociata anti Weinstein, ed ecco che il disorientamento del maschio occidentale contemporaneo torna alla ribalta. In Italia, molti importanti romanzi pubblicati nel 2018 ruotano attorno a questo sguardo e a questo disorientamento: *Gli autunnali* di Luca Ricci, *L'amore a vent'anni* di Giorgio Biferali, *Le donne amate* di Francesco Pacifico, e anche tanta narrativa straniera da noi riproposta si rifà a questo tema: Einaudi Stile Libero riporta in libreria *Coppie* di Updike, ed Edizioni Clichy Scene *da un matrimonio*, sempre di Updike; Elliot ripescava un gioiellino, *Molti matrimoni* di Sherwood Anderson, e per Einaudi escono *Il club degli uomini* di Leonard Michaels e *Mrs Bridge* di Evan S. Connell... Inoltre, sempre nel 2018 scompare Philip Roth, il cantore della discrasia tutta maschile tra corpo e desiderio.

Insomma, certi punti di vista e certe atmosfere,

quando sono nell'aria, si avvertono, e un editor deve saperli intercettare. Questo non significa “costruire a tavolino” un bel niente né piegarsi alle mode, bensì scegliere quelli che si considerano i migliori esercizi interpretativi di un clima e un'emotività per varie ragioni diffusi. Ed è proprio questo sforzo interpretativo e rappresentativo a costituire il compito più vero della narrativa e di chi lavora con essa.



## ／ INDICE

Leggende e luoghi comuni	5
Il grande antesignano	9
La prima legge dell'editor	12
Per il bene del libro	15
Un occhio esterno	18
Editor & autore	21
Il caso Carver-Lish	23
Un falso problema	29
Due tavoli: scouting e lavoro sul testo	33
La "dura realtà"	39
L'editoria che cambia	44



PROSSIMA USCITA  
**IL MESTIERE DELL'EDITOR – PARTE 2**

Tra casi celebri e criteri essenziali, scopriamo  
i vari aspetti del lavoro sul testo.







