



I MESTIERI DEL LIBRO

Oliviero Ponte di Pino

TEA Editore

238 pagg. 9 euro

Ho letto questo libro in due giorni, divorandolo come un giallo, e alla fine lo stupore è stato lo stesso che mi coglie all'uscita dal cinema. Quando ti volti un attimo e sullo schermo vedi scorrere i titoli di coda, centinaia e centinaia di nomi.

Ma avete idea di quanta gente lavora attorno a un libro? Di quanto sia lunga e ramificata la filiera che dall'autore arriva al lettore?

Facciamo subito chiarezza: questo è un libro per chi ama i libri, non per chi cerca suggerimenti e scorciatoie per pubblicarne uno. Oliviero Ponte di Pino – direttore editoriale di Garzanti Libri - non dà consigli su come e a chi mandare i propri capolavori, né soprattutto suggerisce trucchi per saltare le code e code di testi da leggere, che quotidianamente i postini scaricano nelle case editrici.

Dice, questo sì, che un'occhiata viene sempre data. Poi, se il materiale è interessante, vanno avanti. Nessuno obbliga le case editrici a leggere manoscritti, ma è anche vero quel che scrive Stefano Mauri nella prefazione: *un editore che lavora solo con il senno di poi senza rischiare di sbagliare non ha futuro.*

Non un libro per esordienti in cerca di scorciatoie, quindi, ma sicuramente un libro *anche* per aspiranti autori, almeno per tre ragioni. Primo, se vuoi entrare in un settore, come minimo dovresti sapere come lavorano, di cosa si occupa ogni singolo anello della catena. Secondo, si parla di contratti editoriali, argomento sul quale l'ignoranza regna sovrana. Terzo, ci sono esempi molto concreti sull'editoria come impresa, con costi ricavi e utili, nonché un discorso chiaro sulle librerie. Cose da sapere per evitare di parlare (sparlare) a vanvera.

L'autore parte da una breve storia dell'editoria italiana – e a questo proposito sono citate antiche perle di saggezza degli editori che hanno fatto la storia della nostra letteratura - per arrivare a una panoramica sui grandi gruppi che agiscono oggi sul mercato.

Poi analizza in dettaglio tutto il percorso del libro, da come arriva alla casa editrice fino al lettore. Scopriamo che nessuno può davvero prevedere il best seller o il fiasco: certamente molto conta quanto la casa editrice ci creda e spinga, ma tutto ciò fa arrivare a un traguardo di 50.000 copie, in Italia. Dopo, a questo punto, deve scattare il passaparola.

Ma non mancano i capitoli tecnici: sui caratteri di stampa, i punti, le virgolette...

Si ride anche, leggendo la traduzione autentica dei modi di dire utilizzati nell'ambiente. Se un agente librario, a una fiera, definisce un testo *experimental*, in realtà vuol dire *illeggibile*, forse *piacerà a qualche critico*. Un *commercial* è *robaccia che si vende*. Un *very commercial* *robaccia che probabilmente non si vende neanche*. Un *literary* è *qualcosa difficile da vendere*.

Capito, signori?

(Lilli Luini)