

CONTRO LA DISSEZIONE
DEL PROPRIO OMBELICO

Intervista a Edoardo Brugnattelli
editor di Strade Blu Mondadori

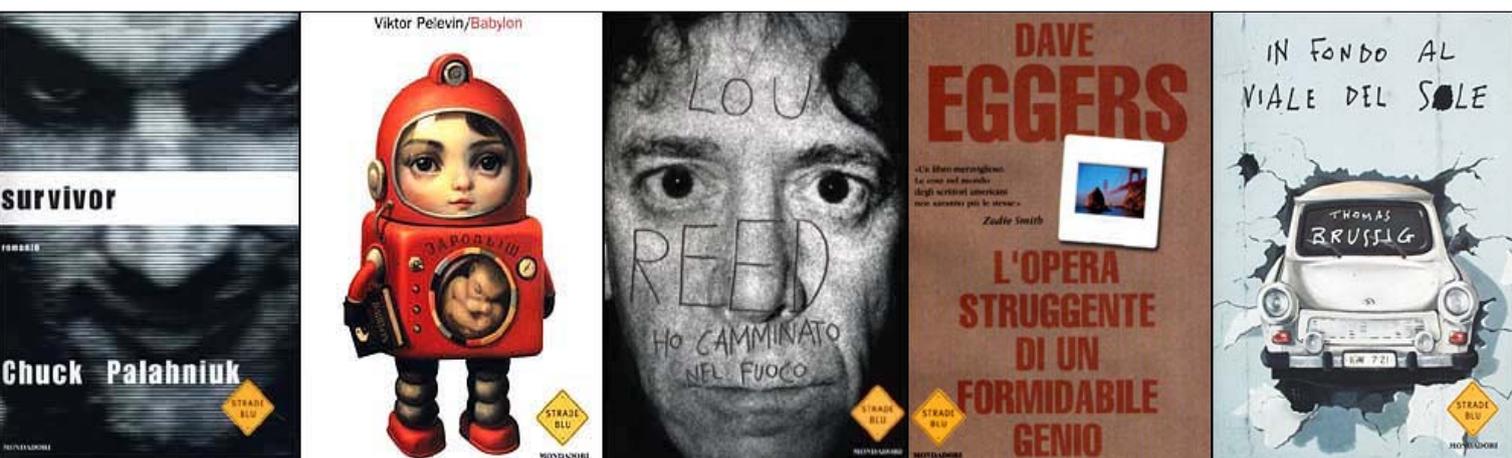
Oblique Studio

Teresa Gentile

Marzo 2010



Contro la dissezione del proprio ombelico
Intervista a Edoardo Brugnattelli
Teresa Gentile – © Oblique Studio 2010



«...dalle aiuole curate e dalle cassette e villette per neoevasori venni catapultato nello schifo, nel sangue e nella disperazione di *Gomorra*»

Quanto deve essere simbiotico il rapporto tra una collana e i suoi titoli? È una "chioccia" che protegge i suoi figli o i libri possono camminare autonomamente, ognuno con la propria individualità?

Devo fare una premessa alla risposta, anche se temo di sembrare quasi astruso e filosofico. Per poter rispondere a questa domanda bisogna prima essersi chiariti che genere di editoria si vuole praticare. La collana rientrerebbe – altrimenti formulato – in un lavoro editoriale che si intende come eminentemente commerciale (cioè, l'editore si dà come principale o unico obiettivo quello di fare dei profitti), oppure si ha in mente qualche progetto culturale (tipo far conoscere la letteratura dell'Estonia, far emergere voci nuove della letteratura marchigiana, dare una base libraria a una qualsivoglia ideologia o movimento ideologico et similia)? Naturalmente se la risposta è la seconda (un progetto culturale molto "forte" e ben delineato) è chiaro che la simbiosi tra la collana e i libri non può che essere molto stretta, quasi opprimente. Mentre se la risposta è la prima le cose cambiano parecchio. Ora siccome in un modo o nell'altro (tranne alcuni casi di brontosaurismo o di follia individuale) l'editoria oggi come oggi si deve misurare sempre anche con l'aspetto commerciale, la risposta si fa più articolata, ma non semplice come ci si potrebbe aspettare.

Perché? Perché uno degli elementi fondamentali dell'editoria è quella scienza ampiamente inesatta che è il marketing editoriale, dal momento che il libro non è una saponetta o un golf, ma un oggetto che ha molto spesso una forza di identificazione marcata per cui c'è la necessità, quando si deve pubblicare qualcosa, di pubblicarlo nel modo giusto per il segmento di mercato giusto. Anzi per certi versi le collane e i marchi editoriali servono esattamente a questo: a dare una veste adatta a ciascun libro (tenga presente che la passione per le collane è una cosa molto italiana e abbastanza rara

all'estero, dove al massimo la differenza la fanno i marchi editoriali. Esempi a casaccio: in Francia Gallimard, Seuil, Actes Sud sono considerati raffinati e letterari, Laffont e Hachette sono considerati molto commerciali e mainstream, in Inghilterra lo stesso vale per Faber, Bloomsbury e Canongate – cool, di tendenza e raffinati – mentre MacMillan è nazionalpopolare. Quindi è giusto aver sempre presente quale è il profilo di insieme della collana, ma va ben tenuto presente che il 99 per cento dei lettori legge libri, non collane, e che quindi il lavoro veramente difficile resta quello di non far schiacciare le proprie scelte dalle esigenze di unità di collana, senza – *of course* – cadere nel delirio opposto, cioè al contempo pubblicare sia Immanuel Kant che Lino Banfi.

tartufo, ognuno dei quali sente, avverte e annusa nell'aria determinati odori e aromi e quasi coattivamente corre loro dietro. Naturalmente questo non è del tutto vero, soprattutto se lavori in una grossa casa editrice e hai sempre qualcuno sopra, sotto, o di fianco che ti tira di qua e ti spinge di là, ma resta vero che in fondo uno potrebbe scrivere la biografia personale di un editor scorrendo la lista dei libri che pubblica.

Strade Blu si presenta come una collana trasversale, obliqua, che non vuole chiudersi imponendosi limitanti confini di azione. È così? *Strade Blu* è nata come una collana trasversale, o come si dice adesso "meticcio" (avevo un cane un tempo, grande maestro del pensiero a nome Poldo, che sulla sua carta di identità



Lei quindi come procede nel suo lavoro, sceglie i titoli portando sempre avanti l'idea della collana o adocchia i potenziali successi a prescindere dal contenitore?

Devo dire che le linee strategiche della collana (che discuto a fondo ogni anno prima di presentare un programma editoriale coi miei capi e i miei colleghi) servono a orientare l'80-85 per cento delle scelte. So cosa cerco e cosa devo trovare. Resta sempre un po' di casualità. Tenga presente che uno dei miei guru editoriali sosteneva che gli editor (quelli che scelgono i libri) non devono essere intelligenti (e questo spiegherebbe perché riesco a fare questo lavoro), ma devono esser delle specie di cani da

veterinaria portava alla voce razza il termine "meticcio", ne deduco che meticcio vuol dire bastardo, un tempo era un dispregiativo mentre adesso esser meticcio è cool di brutto!). Il motivo in realtà è che i libri e la letteratura sono sempre più meticcio. Per dire una cosa con termini pomposi ma veritieri: una delle idee di fondo della letteratura post-moderna (da Pynchon a David Foster Wallace, per intenderci) era che non esisterebbe più un alto e un basso (quello che il circolo di Virginia Woolf a Bloomsbury chiamavano *Highbrow* e *Lowbrow Literature*) per cui puoi essere un grande letterato scrivendo fumetti, o raccontando storie di fantascienza (mentre un tempo fantascienza e fumetto

appartenevamo alla casta dei paria, degli intoccabili della letteratura). Ora questa sorta di rimescolamento complessivo riguarda tutto, non più solo i generi letterari, ma le provenienze geografiche, le tendenze culturali eccetera. Come per la cucina e per la musica, l'editoria oggi come oggi ha a che fare con l'idea di "fusion". Per cui io pubblico tranquillamente – beh, più o meno – fumetti, libri noir, saggi di denuncia e saggi di lifestyle.

Com'è nata l'idea di questa collana e il suo percorso professionale in questa direzione?

Il mio percorso professionale è stato abbastanza complicato, anche se è avvenuto tutto all'interno della Mondadori. Sono entrato in Mondadori perché uno dei miei professori all'università (mi sono laureato in Filosofia a

ticamente fino al 1998 non avevo mai letto un romanzo. Ero stato un megappassionato di filosofia francese e tedesca e di storia all'università e anche dopo ero rimasto interessato al mondo della saggistica, ma l'universo letterario, i romanzi quindi, per me restavano una terra incognita che pensavo proprio non potesse interessarmi in alcun modo. Poi – per una serie di casi che potrò (se le interessa) raccontarle un'altra volta perché sennò non finisco più – mi è nata una passione divorante per la letteratura, in particolare quella americana contemporanea, per cui, quando nel 1998 si decise di aprire Strade Blu, venni nominato responsabile. Strade Blu nacque insieme a un'altra collana della Mondadori che si chiama SIS (Scrittori Italiani e Stranieri, quella di Giordano, della Mazzantini per intenderci)



Pavia) era diventato direttore della Mondadori e mi aveva chiesto di andarci a lavorare. Ho cominciato come redattore alla saggistica italiana, dopo 3-4 anni mi hanno offerto la possibilità di fare l'editor per un marchio editoriale, un tempo prestigiosissimo nel campo delle scienze sociali, che era rimasto abbandonato all'interno della Mondadori da qualche anno: le Edizioni di Comunità. Lì ho lavorato per un altro paio di anni pubblicando saggi accademici di sociologia, filosofia politica, economia eccetera. Poi sono passato a fare l'editor junior per la saggistica della Mondadori e li ho lavorato per un altro paio di anni. La cosa buffa se si vuole è che – lei non ci crederà – ma io pra-

perché c'era stata una ricerca di mercato che aveva mostrato come l'unico segmento in crescita in quel periodo (segmento definito da una certa fascia di prezzo e di conseguenza anche da una certa impostazione editoriale) era l'unico non presidiato dalla gamma dell'offerta della Mondadori. Si trattava del segmento aperto da Stile libero, quindi novità editoriali principalmente di narrativa NON rilegate a un prezzo intermedio tra quello del nostro hardcover e quello degli Oscar. Strade Blu nacque come collana di narrativa (la saggistica arrivò qualche anno dopo) principalmente straniera, alla ricerca di autori nuovi per un pubblico giovane.

Quanto i suoi gusti personali possono influenzare le sue scelte di pubblicazione?

I miei gusti personali influiscono sulle scelte (come ho già scritto prima parlando dei cani da tartufo). Anche all'interno di una casa editrice grossa e quindi piena di vincoli e direttive, i gusti restano e mi hanno portato a volte a fare delle enormi stupidaggini. Un giorno mi hanno portato a rispondere a una mail di un ragazzo molto appassionato e pieno di idee a nome Roberto Saviano.

Ho letto che l'obiettivo della sua collana è tracciare dei percorsi letterari di margine rispetto ai principali conosciuti. Che cosa significa nella pratica?

Lei ha dichiarato: "Gli italiani hanno un problema: si dedicano a un'ossessiva dissezione del proprio ombelico. Il pregio dei nuovi americani e dei nuovi indiani è quello di mirare altissimo: scrivono romanzi molto ambiziosi, magari sbagliano, ma avevano di mira la luna. Non il tinello di casa propria...". Come vede l'editoria italiana in questo momento storico?

Quella frase sul tinello la scrissi parecchio tempo fa, direi che con *Gomorra* tutto è parecchio cambiato. Roberto ha aperto la finestra di casa e ha guardato fuori, ma ha guardato veramente.

Lei è molto schietto quando parla del mondo editoriale di cui sfata alcuni miti (l'autore che non si piega alle esigenze commerciali o l'editor



Quella dei percorsi letterari ai margini è una idea di marketing editoriale, quindi contiene un po' di verità e un po' di quello che gli americani chiamano *bullshit*. *Strade Blu* è il titolo di un libro di un nativo americano che raccontò il suo viaggio attraverso gli USA fatto seguendo le strade secondarie, quelle che sulle mappe americane sono appunto le Blue Highways. Ora a quale lettore non piace l'idea di essere un po' un *loner*, un solitario, un ribelle che gira alla scoperta di cose nuove, che gli altri non conoscono? Un po' come per i turisti: quasi tutti cercano posti dove non ci siano altri turisti. E quindi la collana ti dovrebbe portare là dove altri non hanno avuto la forza, il coraggio o la curiosità di arrivare.

duro e puro). Quali sono i suoi principi guida? I miei principi guida si chiamano Niky, Anna e Marco. Sono i miei tre figli (o almeno così sostiene mia moglie. Ma in effetti da quando ho visto Niky allacciarsi le stringhe sono sicuro al cento per cento che è roba mia). Sono i miei principi guida perché a loro devo dar da mangiare e devo dare dei valori che mi permettano di fare libri che vendano ma che contemporaneamente trasmettano delle idee.

Parlando di Italia e italiani una domanda è d'obbligo. Se le dico *Gomorra* cosa mi dice? *Gomorra*? Non è la sorella di Sodoma? Un tempo era la sorella poco conosciuta di Sodoma, ora è il contrario. Va bene come risposta? No? Allora le racconto una battuta

(una battutaccia): un giorno *Gomorra* venne superato nelle classifiche dei bestseller da un libro di papa Ratzinger e Roberto mi scrisse un sms che diceva così: "Oggi Prima Sodoma, Seconda Gomorra". Così va bene? Neanche così? Bene allora... Dunque, un giorno ricevo una mail cortesissima da un ragazzo, il quale aveva avuto il mio indirizzo da una signora che fa per me delle letture dal tedesco, una scrittrice e poetessa a nome Helena Janeczek. Helena mi diceva che aveva letto delle sue cose interessanti sul blog letterario su cui entrambi scrivevano. Ora va detto che a me sinceramente i blog letterari fanno venire i brividi, perché nel 99 per cento dei casi sono delle palestre del velleitarismo, della sfiga e

pomeriggio con una vecchia cartella di cuoio piena di quei quotidiani assurdi che anche adesso mostra alla tv, dalle prime pagine dei quali i boss si mandano messaggi e avvertimenti. Non finiva più di parlare. Aveva una tale angoscia di dover far conoscere quello che succedeva davvero e di cui al momento non fregava niente a nessuno. A sera si fermò esausto. Decisi che l'avremmo fatto, che mi piaceva, che quella passione era retta anche da una gran testa. E cominciò tutta la storia. Va detto che fu un caso particolarmente fortuito perché io non ero un grande appassionato di autori italiani e quindi in genere non stavo nemmeno a occuparmene. Ma quella volta mi dissi "se persino un ignorante di



della pochezza, ma quella mail era piena di una passione molto vibrante e gli risposi subito. Scaricai da *Nazione Indiana* gli interventi e gli articoli di Roberto e mi allontanai dall'ufficio (a Segrate ci sono gli open space per cui quando vuoi leggere qualcosa in santa pace te ne devi andare). Era novembre. Passeggiai intorno alla Mondadori e mi sedetti su una panchina in un posto assurdo che è un quartiere-satellite per aspiranti ricchi chiamato Milano San Felice. E dalle aiuole curate e dalle casette e villette per neoevasori venni catapultato nello schifo, nel sangue e nella disperazione di *Gomorra*. Mi piacque subito tutto: la passione, la forza, la visionarietà, l'onestà. Gli scrissi di vederci e ci vedemmo una settimana dopo. Arrivò un

tutto quello che è letteratura italiana del mio calibro è colpito dalla forza di questa scrittura, di sicuro è qualcosa di molto buono". Caso, un po' di incoscienza. Ma sapevo che il libro era bellissimo e sapevo che saremmo riusciti a venderne dieci anzi dodicimila copie. Per cui mi arrabbiai quando la prima tiratura fu di cinquemila copie.

Tra i successi di Strade Blu quale considera più "suo" o di cui è più orgoglioso?

Il successo di Strade Blu di cui sono più orgoglioso? Il fatto che una giovane laureata come lei mi abbia sottoposto a questo fuoco di fila di domande. Forse allora davvero i libri che faccio non sono poca cosa come a volte mi trovo a pensare.