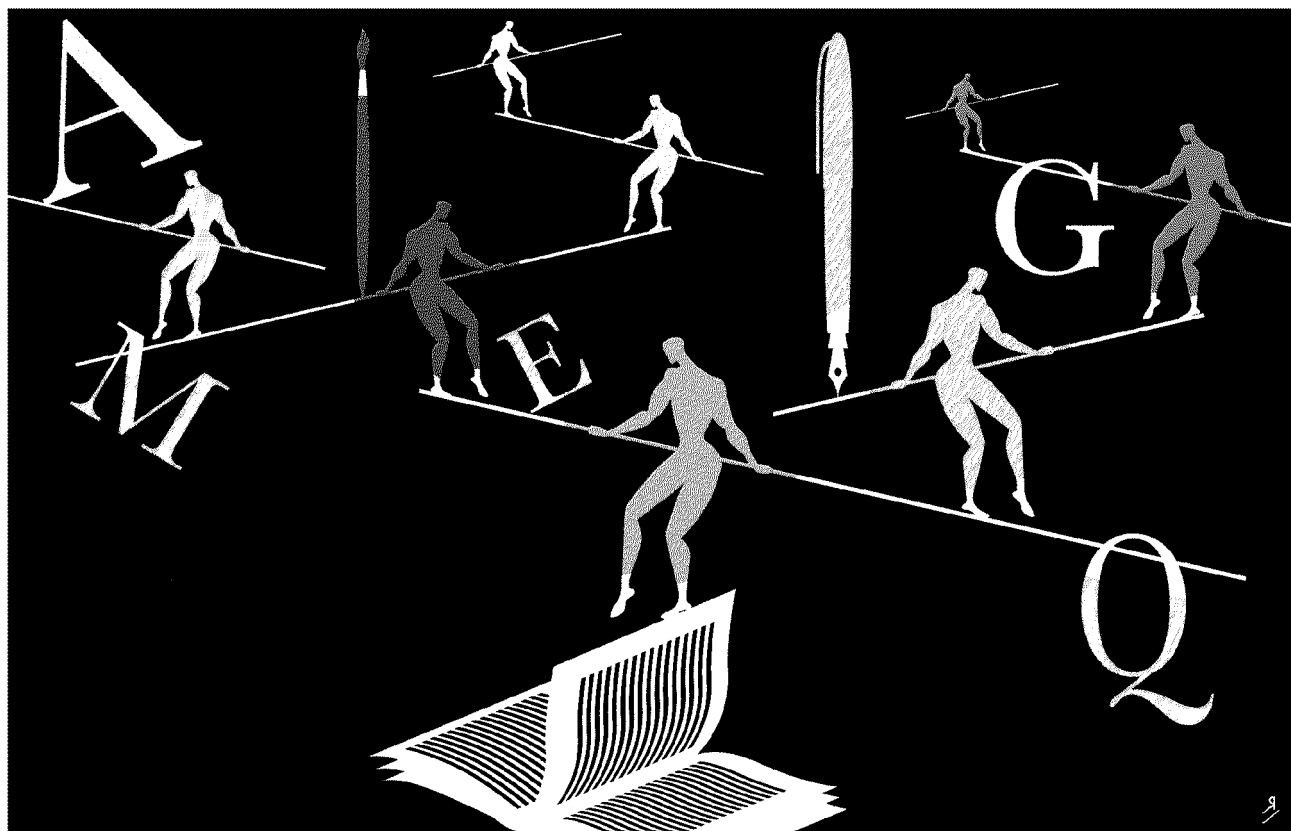


Occupazione. Negli ultimi anni sono nati numerosi master che rappresentano la porta d'accesso al settore

Ecco come vivere di libri

Dal redattore all'esperto di diritti crescono i profili richiesti dall'editoria



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Stefano Salis

Il **Salone del libro di Torino** è un'occasione sempre speciale. Per avere nella più grande libreria d'Italia un'istantanea fedele di ciò che pubblica il mercato editoriale italiano; per andare a sentire (e, perché no?, a "vedere") i propri scrittori preferiti. Ma, anche, per chi è interessato a fare dell'editoria libraria il proprio mestiere, per vedere da vicino "che faccia hanno" gli editori e per cercare di capire che cosa ci sia dietro un libro. In molti casi, infatti, prima ancora che sognare di lavorarci, in editoria, spesso non si sanno nemmeno quali siano le professionalità che possono essere richieste. A questo proposito, da qualche anno c'è una piccola e semplice "bibbia" del settore: l'ha scritta Oliviero Ponte di Pino, direttore editoriale di Garzanti, e si intitola *I mestieri del libro* (Tea, 2008). L'intera filiera produttiva del libro viene vagliata ed esaminata.

Proviamo ad esaminarla, avvertendo che, oggi più che mai, in casa editrice si entra se si è già professionalizzati. Meglio segui-

re un master post-laurea (ce ne sono diversi, come vedremo) che cercare di bussare alle porte degli editori.

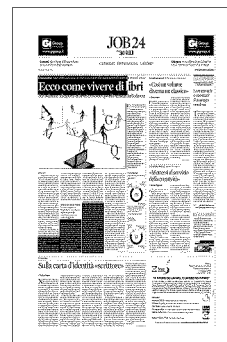
Nessun libro, per quanto sia ispirato o di nome l'autore, arriva in libreria così come è stato pensato. Non esiste manoscritto pronto per la pubblicazione. Ecco perché - ed è consigliabile - un aspirante autore può rivolgersi a editor esterni. Valutano l'opera (dietro pagamento, ovviamente), danno un parere professionale qualificato e, se l'opera è ritenuta già sufficientemente adatta, cercano di proporla all'editore giusto per quell'opera. Aspetto, questo, che sconfinava in un'altra professionalità che "precede" la pubblicazione di un manoscritto. È quello che fa

VERSO IL SALONE DI TORINO

Finocchi (Fondazione Mondadori): «La rivoluzione digitale impone oggi una riflessione sui ruoli e sulle competenze»

un agente letterario (si veda la testimonianza qui a fianco di uno dei più noti in Italia, Marco Viganani). L'agente spesso "commissiona" il libro all'autore ma soprattutto tratta con la casa editrice le condizioni contrattuali più favorevoli per l'autore stesso. Queste normalmente sono professioni "di arrivo". Bisogna, cioè, prima avere fatto un "rodaggio" in una casa editrice prima di mettersi in proprio.

Molta sensibilità è richiesta agli editori e ai redattori interni alle case editrici. (Qui a fianco la testimonianza dell'editor di Mondadori, Giulia Ichino). Che lavorano i testi, li discutono con gli autori e li accompagnano alla forma per la pubblicazione. Questa mansione ovviamente varia molto da una piccola casa editrice a una grande. Altre sezioni delle case editrici sono gli uffici diritti (regolano i contratti da e per l'estero e si preoccupano di "gestire" le proprietà intellettuali della casa editrice); la rete di vendita, attraverso la direzione com-



merciale, che cerca di convincere i librai di prenotare un numero sufficiente di copie per la giusta immissione del libro sul mercato. Anche qui si contrattano le condizioni commerciali con i clienti (tenendo conto anche del diritto di resa dei librai). Affine a questa funzione ecco il marketing che progetta e attua la propaganda, mentre l'ufficio stampa, tra i mestieri più visibili all'esterno, tiene i rapporti sia con i giornalisti che con gli autori.

Tutte queste professioni che una volta si apprendevano "andando a bottega" in casa editrice, da qualche anno sono insegnate in via teorica (poi messa in pratica con gli stage) nei vari master in editoria che si sono avviati in questi anni. Tra i più noti quello dell'università di Bologna (creato da Umberto Eco) e quello della Fondazione Mondadori, che quest'anno festeggia il decennale. «Quando siamo partiti - spiega Luisa Finocchi, direttore della Fondazione - avevamo la necessità di pensare a una figura nuova che, prendendo le distanze dall'immaginario collettivo che rimandava a Pavese, Calvino, Vittorini, si proponesse di realizzare "un redattore a 360 gradi", capace di dialogare non solo con l'autore, ma con tutti gli uffici della casa editrice. Occorreva quindi avere competenze economiche, giuridiche, di marketing e comunicazione sempre alla luce delle nuove tecnologie». I risultati, come si vede a fianco, sono stati ottimi, ma oggi la Fondazione rilancia.

«Oggi la rivoluzione digitale, che ha investito anche il settore editoriale, impone una riflessione sui ruoli e le competenze delle figure professionali chiamate a lavorare in casa editrice. Le case editrici sempre più cercheranno nuove figure che, confermando la centralità di una rigorosa gestione del contenuto, siano capaci di reinventare il ruolo di mediazione editoriale per non soccombere alla provocazione del selfpublishing, a cui non si può rispondere solo con una battaglia sui diritti d'autore, ma sperimentando nuove forme di scouting, di promozione dei prodotti, di rapporto con i lettori».

CORSI

Tra i master in editoria i principali sono condotti nelle università e nelle case editrici. Alcuni sono a pagamento (con diversi livelli di retta), tutti sono soggetti ad ammissione vincolata da test attitudinali e di cultura generale. Tra quelli delle case editrici segnaliamo quello breve della marcos y marcos a Milano, quello di Oblique studio a Roma. Sono più lunghi e impegnativi i master in editoria che tengono l'Università Cattolica, l'università di Bologna, di Pavia e quello della Fondazione Mondadori, il più noto e apprezzato. Per informazioni su quest'ultimo consultare il sito www.fondazionemondadori.it, frutto di una stretta collaborazione fra l'Università degli Studi di Milano e la Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, nonché l'Associazione Italiana Editori.

La testimonianza/1. Editor Narrativa Mondadori

«Così un volume diventa un classico»

di **Giulia Ichino**

Psicologia: questo pensavo di voler studiare dopo la maturità, e invece all'ultimo momento mi sono iscritta a Lettere. L'insegnamento sembrava la prospettiva più concreta. Poi, un corso di letteratura italiana contemporanea e la scoperta che il destino di un'opera, da quando è stata inventata la stampa ma forse anche prima, dipende in modo determinante dalla sua diffusione, dal modo in cui i lettori la ricevono e la elaborano culturalmente. Perché un testo diventi un "classico", nutrimento per lettori di ogni tempo, non sempre basta la sua qualità, ci vogliono anche man sapienti che lo correggano, lo confezionino, lo proteggano e lo portino lontano.

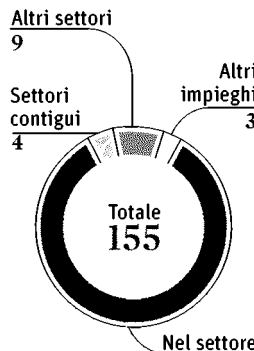
Ho iniziato da zero, correggendo bozze. Poi ho sostituito una collega in maternità e sono entrata in casa editrice: ho conosciuto per la prima volta scrittori in carne e ossa (non visuti secoli fa!) e sono passata all'editing vero, lavorando al lo-

ro fianco sui testi. A quel punto ho capito quanto contava in fondo l'aspetto psicologico, la capacità di cogliere, rispettare e valorizzare le ragioni profonde del farsi di un'opera: anche la mia antica passione trovava spazio! Dopo qualche anno in redazione mi è stato proposto di diventare "editor", cioè di partecipare al processo di scelta dei libri da pubblicare. Editing e scelta dei testi hanno ritmi parzialmente diversi: il primo richiede lentezza e capacità di porsi continue domande, la seconda rapidità e un po' di sicurezza. Entrambi, però, mettono al centro la capacità di ascoltare le parole e intuirne una forma "pubblica", un futuro autonomo; di affermare con passione il valore di un libro, di comunicare ai colleghi del marketing, all'ufficio stampa, ai librai, ai lettori che proprio quelle parole - tra tutte -, impaginate con cura, dotate di un titolo efficace, di una copertina originale, meritano di essere lette e portate nel mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

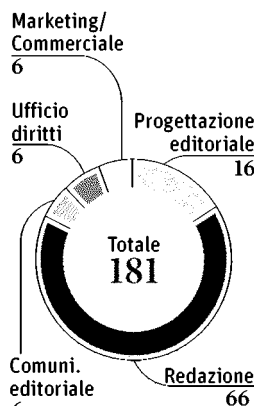
L'OCCUPAZIONE

Allievi dal 2002 al 2008. In %



Per settori contigui si intende: libreria, quotidiani, biblioteche; Altro: scuola, servizi, organizz. eventi, arte turismo

Area professionale. In %



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

La testimonianza/2. Agente letterario

«Mettersi al servizio della creatività»

di **Marco Vigevani**

«Che cosa vorresti fare da grande, tesoro?»

«Ho già deciso, papà, voglio fare l'agente letterario!»

Non credo che nessuno abbia mai voluto fare da grande l'agente letterario: io stesso avrei voluto fare il filosofo e se proprio mi fosse andata male almeno il professore di filosofia. Quasi nessuno sa che cosa sia, né potrebbe essere altrimenti, una professione che conta poche decine di adepti in Italia e che a differenza dello scrittore, dell'attore, del medico e anche dell'avvocato non sembra a prima vista avere il carattere di una vocazione, di quei lavori in cui si sogna di "realizzarsi", di "lasciare un segno", di "aiutare-gli-altri-e -rendere-migliore-il-mondo".

Ricordo il sollievo di un grande agente letterario quando suo figlio gli annunciò di non voler seguire le sue orme per dedicarsi invece a una solida disciplina scientifica.

Eppure, proprio il caratte-

re poco appariscente di questo mestiere, la necessità per chi lo pratica di mettersi al servizio della creatività altrui, di suggerire e di mediare invece che di declamare e di imporsi, la possibilità di "vivere nascostamente", ne costituisce uno degli aspetti più affascinanti. Nell'epoca dell'apparire a tutti i costi, il non apparire, e dare modo invece agli autori di emergere e di affermarsi, è la massima libertà.

I giovani una volta non facevano gli agenti letterari: non avevano le conoscenze, non avevano l'esperienza. Credo che oggi queste caratteristiche della maturità contino meno, in un mondo editoriale sempre meno ancorato al passato o se si vuole sempre meno consapevole di avere un passato.

Gusto per i libri buoni, passione per gli stessi, prontezza nel cogliere le novità e flemma nel trattare con autori e editori: se poi c'è anche un po' di senso degli affari non manca nessun ingrediente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA