

LETTERATURA ED EDITORIA (Parte II)

Parole chiave

Autore/Editore, Testo/Libro, Gérard Genette, Paratesto.

Dinamiche fra letteratura ed editoria

Quando pensiamo a un'opera letteraria, siamo abituati ad attribuirle automaticamente all'inventiva e all'originalità dell'autore, come se questi fosse l'unico responsabile del contenuto di cui noi lettori fruiamo. In realtà, le cose sono un po' più complicate, soprattutto per quanto riguarda i testi pubblicati a partire dall'Ottocento in poi, quando è nata l'industria libraria moderna e con essa la figura professionale dell'editore. Infatti il rapporto con l'editore può condizionare l'autore sia nella genesi dell'opera sia nello sviluppo del testo.

Il massimo grado di interferenza fra le esigenze editoriali e la scrittura di un autore viene raggiunto quando l'editore commissiona un testo allo scrittore: in questo caso, di solito, le indicazioni fornite dall'editore riguardano l'argomento, ma non la sua trattazione, che viene lasciata alla libera interpretazione dell'autore; a volte, però, la casa editrice fa richieste più o meno costrittive anche in merito alla struttura e allo stile del testo, per adeguarli alle esigenze e ai gusti della comunità di lettori di riferimento.

Un secondo caso decisamente particolare di interferenza fra la volontà dell'editore e quella dell'autore è costituito dai libri postumi, cioè quelli pubblicati dopo la morte dell'autore. In questo caso, l'autore non può essere interpellato in merito alle caratteristiche dell'edizione, per cui la figura dell'editore è determinante già nella fase dell'allestimento del testo. Per stabilire quale forma debba assumere l'opera, solitamente ci si affida a un curatore, che ha il compito di ricostruire – anche da un punto di vista filologico – il testo da proporre al pubblico. L'editore poi stabilisce le modalità di presentazione del testo nell'edizione sia in base allo spazio che l'autore ha occupato all'interno del sistema culturale (autore noto, minore o sconosciuto) sia in base al tipo di destinatario cui ci si rivolge (specialista, lettore colto o pubblico vasto).

Se guardiamo alla storia della letteratura italiana dall'Ottocento a oggi, molti sono stati i casi in cui un editore ha imposto all'autore modifiche della sua opera tanto corpose da spingerlo a modificare il testo in maniera sostanziale. Questo dimostra ancora una volta che il processo di scrittura non è lineare; anzi, molto spesso ci troviamo di fronte a uno scambio, un dialogo, una cooperazione fra autore ed editore.

In alcune case editrici esiste la figura professionale del lettore attento, che ha la facoltà di intervenire su un testo già destinato alla pubblicazione e di discutere con l'autore correzioni sia stilistiche sia strutturali sia contenutistiche: parliamo dell'*editor*, figura che nel mondo editoriale anglosassone è molto

comune e che ha cominciato a diffondersi anche in Italia (soprattutto a partire dagli anni Novanta). Distinguiamo l'editor dal *copyeditor*: quest'ultimo si occupa delle correzioni secondarie che si fanno in sede di redazione (refusi, punteggiatura, virgolettature, caratteri ecc.). Il compito dell'editor, invece, è di fare in modo che l'opera possa svilupparsi in tutta la sua potenza, di aiutare l'autore a far emergere eventuali potenzialità nascoste del testo. Il rischio è che le letture interpretative degli editor seguano in maniera eccessiva i gusti del pubblico assecondando logiche di mercato che tendono a banalizzare e a semplificare i testi.

I testi letterari e la materialità editoriale

Quando entriamo in contatto con i testi, lo facciamo attraverso dei supporti fisici ben definiti, quali il libro, la rivista, l'e-book o il sito internet (cui possiamo accedere da un computer, da un tablet o da uno smartphone). Questi supporti non si limitano a trasmettere il testo, ma concorrono a determinare il modo in cui l'opera viene fruita, letta e interpretata.

Un saggio ormai considerato classico a proposito dello studio materiale del libro è *Soglie* di Gérard Genette (*Seuils*, 1987). Un testo, di qualunque genere esso sia, non ci giunge mai nella sua nudità, ma è sempre accompagnato dal *paratesto*, ovvero da una serie di elementi ausiliari, che vanno dal titolo alle recensioni critiche, passando per la grafica di copertina, le illustrazioni e la pubblicità. Pur non facendo parte del testo propriamente detto, il paratesto ha una funzione fondamentale: rende il testo un libro e come tale lo presenta al mondo, assicurandone la ricezione e guidandone la fruizione.

A seconda della sua posizione fisica rispetto al testo, il paratesto si divide in peritesto ed epitesto. Il *peritesto* è tutto ciò che si trova nello spazio fisico del volume: copertina con il nome dell'autore, il titolo e la casa editrice; frontespizio; colophon; dedica e/o epigrafe; indice; prefazione e/o introduzione; illustrazioni, note, riferimenti bibliografici ecc. (*Figure 1, 2 e 3*). L'*epitesto*, invece, si trova all'esterno del volume ed è costituito dai discorsi sul testo: pubblicità, interviste all'autore, recensioni, commenti critici ecc. In generale, il paratesto ha una triplice funzione: caratterizzante (fa del testo un libro, ci fa riconoscere l'oggetto che abbiamo in mano come libro), promozionale (invoglia il lettore a leggere il libro) e interpretativa (propone una chiave di lettura).

Per indagare le funzioni del paratesto, esaminiamo il caso della copertina, probabilmente l'aspetto materiale che più influenza il lettore. Quanti di noi almeno una volta non hanno comprato un libro perché intrigati proprio dalla copertina? Di più, l'immagine di copertina trasmette una determinata interpretazione, è un'indicazione di lettura a tutti gli effetti. Confrontare le grafiche delle edizioni successive di un'opera ci permette di comprendere le diverse tipologie di lettura proposte e la loro evoluzione in base al cambiamento dei gusti del pubblico. La scelta della copertina, dunque, diventa

fondamentale, per ragioni sia commerciali sia ermeneutiche: quando la decisione è presa personalmente dall'autore o dal direttore della collana, è più probabile che prevalga l'aspetto interpretativo; in caso contrario, può succedere che l'autore consideri la copertina scelta dalla redazione come fuorviante rispetto alle intenzioni del testo.

Sempre in copertina, oltre all'immagine, l'altro elemento assolutamente fondamentale nell'orientare il pregiudizio del lettore è il titolo. Anche il titolo ha un forte potere promozionale (ci sono titoli più o meno accattivanti) nonché una grande forza interpretativa, perché evidenzia gli aspetti tematici predominanti del libro e ne dà una chiave di lettura totalizzante. La scelta del titolo, dunque, fa parte di una sorta di spazio di compromesso fra autore ed editore: qualora l'autore non abbia proposto un titolo o laddove la proposta autoriale non sia giudicata convincente, l'editore avanza un'idea propria, in base al suo ruolo di iperlettore e quindi di interprete d'eccezione dell'opera. In conclusione, analizzare la storia della scelta di un titolo significa analizzare le varie proposte d'interpretazione di un libro: capire come si concilino volontà autoriale e istanze editoriali (ovvero esigenze di mercato).

Liberamente adattato da Giulio Iacoli, «Letteratura ed editoria», UD 11, in *Letterature moderne comparate*, Corso Blended, Università degli Studi di Parma, <http://elly.dusic.unipr.it/2017/mod/lesson/view.php?id=1303>.