

20 | Strumenti
didattici



ISTITUTO PROVINCIALE PER LA RICERCA E LA SPERIMENTAZIONE EDUCATIVA

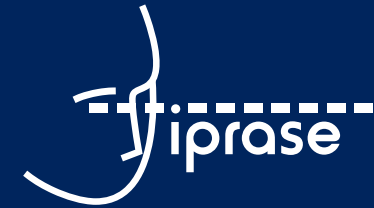


PROVINCIA AUTONOMA
DI TRENTO

20 | Strumenti
didattici



20 | Strumenti
didattici



ISTITUTO PROVINCIALE

PER LA RICERCA E LA SPERIMENTAZIONE EDUCATIVA

In quale realtà prende vita un libro? Chi gli dà diritto di cittadinanza? Chi lo mantiene in vita? A scuola di solito se ne parla solo per i suoi contenuti culturali e si prescinde dal prenderlo in esame anche come prodotto industriale e commerciale.

Per dare una risposta a queste domande, un gruppo di insegnanti di lettere degli istituti superiori della Provincia Autonoma di Trento si è recato al Salone del Libro di Torino nel maggio 2010 dove, insieme allo scrittore e consulente editoriale Giulio Mozzi coadiuvato dall'insegnante Amedeo Savoia, ha dialogato con nove editori.

Il volume raccoglie i resoconti di questi incontri e alcuni percorsi didattici che ne sono derivati. Tali percorsi hanno come denominatore comune l'interazione con il territorio. Se ne possono ricavare indicazioni su come riflettere sul libro con l'aiuto di un editore, un libraio, un bibliotecario, un tipografo e altre figure professionali. A monte di tutto, comunque, c'è il grande obiettivo: suscitare il piacere di leggere.

L'insegnante in fiera

G. Mozzi, A. Savoia

L'insegnante in fiera

Incontri con editori al Salone
del Libro di Torino 2010
e percorsi didattici
sull'editoria

a cura di
Giulio Mozzi
Amedeo Savoia



UNIONE EUROPEA
FONDO SOCIALE EUROPEO



MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI
Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione



PROVINCIA AUTONOMA
DI TRENTO

ISBN 978-88-7702-303-2



L'insegnante in fiera

Incontri con editori al Salone
del Libro di Torino 2010
e percorsi didattici sull'editoria





a cura di
Giulio Mozzi
Amedeo Savoia

© Editore Provincia Autonoma di Trento - IPRASE del Trentino
Tutti i diritti riservati

Prima pubblicazione maggio 2011

Stampa: Centro duplicazioni della Provincia Autonoma di Trento

L'insegnante in fiera
Incontri con editori al Salone del Libro di Torino 2010
e percorsi didattici sull'editoria

a cura di Giulio Mozzi e Amedeo Savoia

FSE 2007/2008 (Asse IV, ob. spec. H)
"Attivazione di un sistema organico e strutturato
di azioni destinate alla formazione dei formatori"

p. 120; cm 24

ISBN 978-88-7702-303-2



foto di Massimo Pellegrini

INDICE

Introduzione	A. Salatin	5
---------------------	------------	---

PER COMINCIARE

Che cosa ci fa un gruppo di insegnanti di lettere alla Fiera del Libro di Torino?	G. Mozzi	9
A scuola di libri	A. Savoia	11

PARTE PRIMA: A COLLOQUIO CON GLI EDITORI

1. Transeuropa	P. Sabato, D. Mannarini, S. Lotti	17
2. Manni Editori	C. Dalla Torre, M. Pellegrini	27
3. Edizioni Spartaco	P. Sabato, D. Mannarini, S. Lotti	33
4. Meridiano Zero	M. Florioli, P. Rizzo, L. Zambanini	40
5. minimum fax	C. Ottaviani, R. Romanato	45
6. Nino Aragno Editore	M. Florioli, P. Rizzo, L. Zambanini	52
7. ISBN	R. Bernardi, D. Tirino, D. Zanetti	56
8. Edizioni Il Maestrale	R. Bernardi, D. Tirino, D. Zanetti	63
9. L'incubatore: Caravan Edizioni	C. Dalla Torre, M. Pellegrini	68

PARTE SECONDA: PERCORSI DIDATTICI

Come organizzare una visita al Salone del libro di Torino	D. Mannarini, P. Sabato	73
Come riflettere sullo stato dell'editoria contemporanea con l'aiuto di un libraio	C. Ottaviani	78
La storia del libro: dal papiro alla tipografia	M. Florioli, P. Rizzo, L. Zambanini	82
Comprendere i criteri editoriali per la scelta dei testi da pubblicare	R. Bernardi, D. Tirino, D. Zanetti	91
Laboratorio: come progettare gli aspetti materiali della pubblicazione di un libro	M. Pellegrini, R. Romanato, C. Dalla Torre	94

PER CONCLUDERE

Ebook	S. Lotti	111
Ringraziamenti		120



Introduzione

Perché mettere a confronto gli insegnanti con gli editori intorno all'oggetto libro?

Entrambi quotidianamente trattano con i libri ma sono mossi da istanze diversissime: gli editori lo producono e lo vendono sul mercato; gli insegnanti lo considerano principalmente per il valore culturale che intendono far apprezzare ai loro studenti.

Industria da un lato e cultura dall'altro, dunque. Così sembra. In realtà conviene dire: industria e cultura.

Perché se non si trova qualcuno disposto ad assumersi il rischio commerciale di produrlo, un libro non esiste. Se però non c'è chi educa i giovani a scovare sensi nelle parole, il libro non vive.

Queste sono alcune riflessioni da cui ha preso il via questa ricerca di *Scuola d'autore*, progetto dell'area educativa dell'IPRASE del Trentino in collaborazione con il Fondo Sociale Europeo 2007/2008 (Asse IV, ob. spec. H) "Attivazione di un sistema organico e strutturato di azioni destinate alla formazione dei formatori". Il presente volume la documenta.

Il luogo eletto per il dialogo fra insegnanti ed editori è stato il Salone internazionale del libro di Torino (15 e 16 maggio 2010). Lo scrittore e consulente editoriale Giulio Mozzi, in collaborazione con l'insegnante Amedeo Savoia, ha individuato alcune case editrici piccole ma molto attive nella ricerca e proposta di nuovi autori. Un gruppo di insegnanti ne ha intervistato editor e collaboratori sulla storia della casa, sui criteri di scelta e pubblicazione delle opere, sulle modalità di promozione, e sull'impaginazione e grafica dei volumi. Dai loro resoconti escono non solo uno spaccato molto concreto e vivace di come funziona una casa editrice, ma anche un variegato ventaglio di suggerimenti di lettura da cui spira la passione che anima molti operatori. Una passione che rappresenta il vero *trait d'union* fra gli editori e quegli insegnanti che, nella loro attività didattica, vivono la letteratura con gli studenti come piena esperienza artistica.

La 'è che unisce industria a cultura si giustifica proprio se sussiste questa passione.

Nella seconda parte del volume sono raccolti alcuni percorsi didattici sul libro e sull'editoria. Gli insegnanti coinvolti nel progetto li hanno elaborati con l'intenzione di coinvolgere le realtà culturali e imprenditoriali presenti sul territorio. I lettori potranno trovare indicazioni pratiche su come accompagnare gli studenti alla visita del Salone del libro e su come coinvolgere case editrici, librerie, biblioteche e musei in specifiche attività con gli studenti.

Chiude il volume una riflessione sul futuro del libro nella sua versione digitale.

6 | INTRODUZIONE

Questa esperienza sembra ispirarsi a uno degli assunti originali della ricerca: vedere cioè con occhi nuovi realtà date per note al fine di ottenere sguardi un po' meno deformati sulla realtà. Si spera con questo libro di dare un modesto e concreto contributo in questa direzione.

Arduino Salatin
direttore dell'IPRASE

Per cominciare

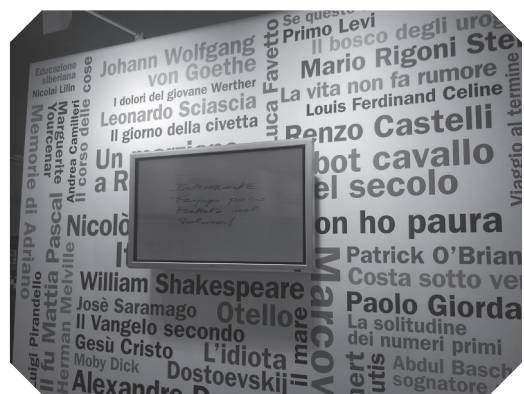


foto di Stefano Lotti



Che cosa ci fa un gruppo di insegnanti di lettere alla Fiera del Libro di Torino?

Giulio Mozzi¹

Un libro è un libro. Vero? No, non è vero. Un libro è una cosa del tutto diversa per un appassionato lettore, per un insegnante di lettere, per un libraio, per un distributore, per un piccolo editore, per il funzionario di una casa editrice media o grande, per un rappresentante, per un tipografo, per un giornalista di cultura, per un critico letterario, per un magazziniere: e così via.

Visitare la Fiera del libro, per un gruppo di insegnanti di lettere, significa scontrarsi con alcune cose che loro, proprio perché sono insegnanti di lettere (oltre che appassionati lettori, naturalmente), non sanno o conoscono solo vagamente.

La prima cosa è: l'enorme quantità di libri pubblicati. Libri di tutte le specie: centomila tipi di manualistica (libri di cucina, ovviamente, ma anche libri sui nodi, sul trekking, sulla fabbricazione delle marionette, sul massaggio ayurvedico, sul tatuaggio, sul poker, sulle orchidee, eccetera), infinite collane di spiritualità più o meno orientale, specializzatissimi libri al servizio delle più svariate professioni, e poi libri-oggetto, libri-soprammobile, libri da annusare, libri da scrivere (*Ciò che gli uomini sanno delle donne*, un bestseller di qualche anno fa, è un libro con tutte le pagine bianche), libri piccolissimi (stanno in un palmo, in un ditale, in una piega del dito indice), libri sott'olio (esistono, e c'è chi li vende), libri a forma di qualunque cosa purché non di libro. La cosiddetta letteratura è, alla Fiera del libro di Torino, una presenza minoritaria.

La seconda cosa è: l'industria. La Fiera del libro di Torino sta tutta in un angolo di quello che è stato il più grande stabilimento di produzione dell'automobile in Italia, il Lingotto; e tuttavia gli stand in stile assirobabilonense dei grandi editori, quelli semplici e talvolta sciatti dei piccoli editori, quelli raffinati degli editori *chic*, quelli truzzi degli editori a pagamento, quelli pieni di pupazzi degli editori per bambini, tutti gli stand dicono con una voce sola: "Noi produciamo libri, noi vendiamo libri". Che ci siano diverse etiche aziendali, è una scoperta che si fa dopo.

La terza cosa è: l'enorme quantità dei libri non pubblicati. Ogni editore, anche quello minimo, spiega che ogni giorno giungono in redazione tre, cinque, settanta, ottocento dattiloscritti; che solo una parte, una piccolissima parte di quanto arriva in redazione è degno di essere pubblicato; che talvolta libri degni di essere pubblicati

¹ Scrittore, consulente editoriale e insegnante di scrittura. Cura il bollettino letterario on line *Vibrisse* (<http://vibrisse.wordpress.com/>) ed è consulente dell'IPRASE.

non vengono pubblicati (perché, ad esempio, costerebbe troppo; o perché, che è lo stesso, non si saprebbe come fare a venderli); che molti libri pubblicati è come se non fossero pubblicati, perché non si trovano da nessuna parte (se non, appunto, alla Fiera del libro), e anche a ordinarli non c'è molta speranza di ottenerli.

La quarta cosa è: la scoperta che la letteratura è quella cosa che gli editori decidono essere letteratura. Gli insegnanti di lettere, come tutti i lettori appassionati, leggono solo i libri pubblicati: ma sono gli editori a decidere, appunto, che cosa pubblicare e che cosa no. E come fanno a decidere? Con quali criteri decidono? E con quali scopi decidono?

La quinta cosa è: la scoperta che la letteratura è quella cosa che il mercato decide essere letteratura. Perché, se un libro è introvabile, è introvabile. È come se non esistesse. Il lettore appassionato, a meno che non abbia speciali antenne (qualcuno le ha, ma non tutti; e sono antenne che richiedono cura, applicazione, manutenzione, tempo, anche denaro), di molte, moltissime opere letterarie ignora perfino l'esistenza.

La sesta cosa è: la gente che lavora attorno ai libri. Ci sono autori che li scrivono, ovviamente; ma ci sono poi i consulenti che li propongono, gli editori che decidono di pubblicarli, altri editori che ci lavorano sopra insieme con gli autori, i redattori che li ripuliscono, gli impaginatori che li impaginano, i grafici che li vestono, i dirigenti del marketing che immaginano come proporli, i rappresentanti che li propongono ai librai, i distributori che li forniscono ai librai, i librai che ce li mettono sotto il naso in libreria.

La settima cosa è: la passione che ha, questa gente che lavora attorno ai libri. Le idee che ha su che cosa deve e non deve, può e non può essere la letteratura. I desideri. I gusti. Le bizzarrie. Le vocazioni. Le manie. Le illuminazioni. Le eredità storiche. Le ambizioni. Le avidità. Gli snobismi.

Un gruppo di insegnanti di lettere ha molto da fare, alla Fiera del libro. Soprattutto, ha da capire che quelle cose che chiamiamo libri, quella cosa che chiamiamo letteratura, non sono *cose date*, ma sono *cose che vengono fatte*. E che capire come, e perché, e con quali mezzi e scopi vengano fatte, torna utile anche quando, poi, tornati a casa, si torna nel ruolo dell'appassionato lettore, nel ruolo dell'insegnante di lettere, e ci si ritrova a leggere una qualsiasi opera letteraria pensando che essa sarà certamente il frutto della solitudine dell'autore, ma se esiste al mondo, se io ce l'ho tra le mani in questo momento, come voi avete tra le mani questo libro e leggete questa introduzione, è perché una quantità di persone hanno preso decisioni, hanno compiuto azioni, hanno risolto problemi, hanno avuto volontà. E quindi, diversamente dal *testo*, che deve la propria vita unicamente a sé stesso, il libro è sempre e comunque frutto di una cultura, di una civiltà e di una economia.

Se poi si riesce a raccontare tutto questo ai ragazzi, tanto di guadagnato.

A scuola di libri

Amedeo Savoia¹

Per poter raccontare ai propri studenti quanto “darsi da fare” ruoti intorno a un libro, che frenetico pullulare vi sia di persone, sentimenti, azioni e materia, gli insegnanti sono diventati esploratori. Sono usciti dal recinto che li vede assidui utilizzatori di libri specialistici, i libri di testo, per attraversare la piazza dove si affacciano le case naturali della letteratura, le case editrici. Qui romanzi, racconti, poesie, saggi vestono gli abiti disegnati per loro, si fanno belli fuori nella speranza di trovare chi, il lettore, colga ciò che di buono sta dentro.

L'IPRASE ha creato l'occasione facendo convergere i progetti *Formare i formatori* (azione del Fondo Sociale europeo i cui estremi completi sono: FSE 2007 – 2013, P.O. Ob. 2, Asse IV, ob.spec. H - Attivazione di un sistema organico e strutturato di azioni destinate alla formazione dei formatori) e *Scuola d'autore*, programma di attività di ricerca-azione per gli insegnanti di lettere delle scuole superiori. Il 15 e 16 maggio 2010 tredici insegnanti si sono recati al Salone Internazionale del libro di Torino dove, con la guida esperta dello scrittore e consulente editoriale Giulio Mozzi, hanno potuto dialogare nei rispettivi stand con nove editori.

Le case editrici, nell'ordine in cui sono avvenuti gli incontri, sono:

Transeuropa (Massa), Manni (San Cesario di Lecce), Spartaco (Santa Maria Capua Vetere Caserta), Meridiano Zero (Padova), minimum fax (Roma), Nino Aragno (Torino), ISBN (Milano), Il Maestrato (Nuoro); Caravan (Roma). Ovvero: una realtà “giovane” ma ormai consolidata, nata come casa editrice di narrativa e allargatasi poi alla saggistica e ai libri d'inchiesta (minimum fax); un editore anch'esso di recente nascita, prevalentemente saggistico, dotato di un'immagine “pop” del tutto particolare (Isbn); un editore specializzato nella narrativa di genere (Meridiano Zero); un editore storicamente legato all'esperienza della neoavanguardia (Manni); un editore “politico” fin dal suo battagliero nome, ma aperto alla narrativa, prevalentemente in traduzione (Spartaco); un editore giovane ma erede di un marchio gloriosissimo negli anni Ottanta e Novanta (Transeuropa); un'esperienza appena nata, con appena tre volumi all'attivo (Caravan); un editore regionale – isolano, addirittura – con interessanti ambizioni nazionali (Maestrato); e un editore aristocratico sino a rasentare lo snobismo (Nino Aragno).

Questo volume raccoglie gli esiti del percorso di ricerca e si divide in due parti.

¹ Insegnante di lettere del Liceo scientifico “Leonardo da Vinci” di Trento in utilizzo presso l'IPRASE.

La prima riporta i resoconti di ciascun incontro organizzati secondo i seguenti punti di attenzione: la storia, la linea editoriale, il successo, il libro come oggetto, i consigli di lettura ed eventuali aspetti peculiari.

La seconda parte presenta cinque unità didattiche intorno al tema del libro, della sua genesi, del suo aspetto, del suo rapporto con il mercato, ecc. Le unità sono strutturate secondo le modalità che i singoli gruppi di lavoro si sono autonomamente dati, ma le accomuna un aspetto significativo. Tutte prevedono una apertura verso i luoghi nel territorio dove il libro viene creato, distribuito e letto: case editrici, librai, biblioteche, stamperie, quotidiani, ecc.

Da queste tracce un insegnante può ricavare informazioni pratiche sulle seguenti attività: come organizzare un viaggio didatticamente consapevole al Salone del libro di Torino affiancandolo eventualmente alla visita alla redazione culturale di un grande quotidiano nazionale; come capire i meccanismi della distribuzione e del mercato editoriale con l'aiuto di un libraio della propria città; come conoscere la storia del libro con l'assistenza di conservatori della biblioteca ed esperti paleografi e vederne nascere uno in una tipografia industriale; come cogliere le specificità di una linea editoriale confrontandosi con gli editori; come afferrare i criteri che presiedono confezione materiale dell'oggetto libro (formato, carattere di stampa, tipo di carta, copertina, ecc).

Conclude il volume una riflessione sulle prospettive legate alla diffusione del libro digitale e dei relativi lettori.

Va sottolineato che questi percorsi nella vicenda editoriale danno ragione delle condizioni di esistenza di un libro proprio perché lo prendono in esame dal punto di vista imprenditoriale. Benché internet oggi apra nuove prospettive, è importante per il mondo della scuola prendere atto che, senza un editore che decide di pubblicarlo e un mercato che lo diffonde, un testo non esiste nella dimensione pubblica e socializzata. Proprio in questo senso tutte le unità didattiche muovono dai seguenti obiettivi generali: incuriosire al libro come oggetto che viene prodotto con il concorso di molte professionalità; scoprire che dietro un libro c'è la scelta di un editore che ha motivi storici, culturali, estetici, competitivi, economici, ecc.; comprendere il libro come prodotto culturale.

Ma un'istanza ancora più generale presiede a tutto questo: suscitare nei giovani la passione per la lettura come attività di piacere che può contribuire in modo determinante alla costruzione del proprio io.

Quella stessa passione che ognuno dei partecipanti a questa esperienza ha colto negli occhi, negli atteggiamenti e nelle parole degli editori, cui si deve un affettuoso ringraziamento per la disponibilità dimostrata nei confronti di questa iniziativa.

Un'ultima idea: visto che le unità didattiche con tanto di nomi e indirizzi fanno conoscere alcune realtà più e meno imprenditoriali del territorio legate al libro, perché qualche scuola non si organizza per indirizzare da quella parte qualche esperienza di tirocinio estivo degli studenti?



Parte prima
A colloquio con gli editori



Foto di Stefano Lotti



1. Transeuropa

a cura di Paola Sabato, Daniela Mannarini e Stefano Lotti



TRANSEUROPA

via Alberica 40, 54100 Massa – Toscana, Italy
Tel. +39 0585 091592 - +39 0585 091592
Fax 0585 091215
www.transeuropaedizioni.it

Intervista a Giulio Milani

La storia

Dopo una prima fase nella quale fu guidata ad Ancona da Massimo Canalini (1987-2000), nel 2003 la sigla editoriale Transeuropa si è trasferita a Massa accrescendo di anno in anno il proprio catalogo e passando dalle tre pubblicazioni del 2004 ai venti titoli proposti nel corso del 2008. La storica attenzione per il nuovo, l'inedito, il diverso e il non catalogato in ambito narrativo, si è poi estesa alla saggistica di proposta – mai trattata in precedenza – raggiungendo importanti collaborazioni con pensatori di fama internazionale come René Girard, Gianni Vattimo e Slavoj Žižek, ed anche alla poesia. La casa editrice ha assunto un ruolo importante nel rinnovamento culturale e letterario degli anni'80-90. Tra le sue scoperte i nomi di Pino Cacucci, Giuseppe Culicchia, Silvia Ballestra, Enrico Brizzi.

Dal 2003 è guidata da Giulio Milani che ha lavorato in continuità rispetto alla gestione precedente.

Nel 2004 la casa editrice ha ricevuto il Premio Speciale Città di Fiesole per la ricerca letteraria.

La linea editoriale

“La storica sigla editoriale Transeuropa accetta la sfida del futuro portando con sé due “bussole”: Tondelli e Girard, la narrativa da una parte e la saggistica dall'altra, tenute insieme da un comune atteggiamento di ricerca, di dialogo e di attenzione verso l'inedito, il diverso, l'estraneo, il fuori luogo, il non catalogato – così che “la pietra scartata dal costruttore è diventata testata d'angolo.”

Giulio Milani, direttore responsabile Transeuropa Edizioni

Secondo Giulio Milani, un editore deve intercettare le nuove sensibilità che nascono sia nell'ambito della letteratura che nel Paese, cercando di valorizzarle affinché si possano diffondere, contribuendo all'evoluzione della cultura.

L'editore deve svolgere un'attività di filtro, cercando di indovinare le nuove tendenze e naturalmente cercando anche un po' di orientarle. Quindi Milani segue quella scuola editoriale che considera tra i compiti dell'editore anche quello di guidare il proprio pubblico. La casa editrice non deve avere un ruolo passivo e neppure gli scrittori dovrebbero perciò limitarsi ad assecondare le tendenze del mercato, che ovviamente non possono essere ignorate, ma vanno interpretate: in questo modo si creano degli spazi entro cui si possono individuare nuovi percorsi culturali, innovativi e positivi.

Milani vive un rapporto molto appassionato nei confronti della narrativa, tanto che considera la narrazione, il romanzesco come una "scienza storica". Secondo lui, il contatto con la narrativa richiede grande concentrazione poiché essa va considerata come un motore di conoscenza.

Egli riprende un concetto del filosofo Slavoj Žižek, che parla di "scienza storica spettrale", intendendo la capacità di individuare uno spettro di questioni di natura antropologica universale che sta alla base di ogni attività umana. Il fatto che oggi si esplorino sempre nuovi percorsi filosofici, antropologici, psicologici, ha prodotto degli effetti anche nell'ambito della narrativa: gli autori conoscono a fondo le dinamiche psicologiche che stanno dietro la maschera del personaggio, e riescono a restituire tutto ciò in forma di storia, di racconto. Sotto questa ottica, la narrativa viene considerata come un percorso di conoscenza.

In Transeuropa si cerca anche di fare in modo che gli autori pubblicati diventino a loro volta dei referenti editoriali per la ricerca, fornendo indicazioni su altri titoli da pubblicare. È quello che fa Gianni Vattimo, diventato direttore della collana Differenze. Nei grandi gruppi editoriali sono ormai scomparsi quasi del tutto i direttori di collane, perché se si affida ad un professore universitario il compito di selezionare dei libri da pubblicare, egli poi deve esser libero di decidere. Ma questo spesso va a contrastare con le esigenze del mercato, o con gli interessi dei gruppi di potere. Per cui in Italia paradossalmente avviene che la ricerca, dal punto di vista anche delle scienze umane e in generale la ricerca sulla saggistica, venga condotta più dai piccoli editori che non da quelli grandi, che invece prediligono gli scrittori che raggiungono un più vasto pubblico.

Per quanto riguarda la collana di narrativa, le linee di ricerca sono fondamentalmente due:

1. una linea di ricerca di testi ispirati a questioni universali, declinate in modo singolare o particolare;

2. l'altro versante è quello *glocal*, cioè riguardante scrittori che, pur partendo da un determinato contesto geografico, riescono a raccontare una storia con caratteristiche di comunicabilità estesa, con un profilo per esempio nazionale.

Dare continuità allo sforzo è la cosa più importante da fare: insistere, cercando di restare comunque “a galla” il più possibile. Solo così si creano quelle reti di contatti che possono poi magari portare a risultati positivi per le collane più strutturate, come quella di poesia, o una di teatro che Milani intende inaugurare ad ottobre, con un'opera di Ugo Chiti.

Il successo

Transeuropa investe molto nella ricerca e ha inoltre un modo un po' particolare di procedere nella selezione degli autori da pubblicare, molto diverso dalle dinamiche abituali di un editore “generalista”, col quale la concorrenza è naturalmente impossibile. I compiti di un piccolo editore sono essenzialmente differenti: egli deve semmai orientarsi a colmare le lacune del sistema, laddove appunto la struttura generalista non arriva.

La ricerca specialistica viene portata avanti soprattutto dai piccoli editori, quindi il loro ruolo è essenziale e per questo motivo dovrebbe essere sostenuto anche da un apparato legislativo più efficace: per esempio, bisognerebbe stabilire un tetto massimo per la percentuale di sconto, come avviene in Francia, in modo che la grande distribuzione e i grandi editori non possano proporre sul mercato sconti troppo forti, che i piccoli editori non possono sopportare. Così, sia i piccoli editori sia le piccole librerie indipendenti, vengono tagliati fuori dal mercato e si blocca la possibilità di portare avanti la ricerca, visto che sono proprio i piccoli editori che importano cultura dall'estero, traducendo saggi di autori stranieri, assolvendo quindi un compito importante per la crescita culturale del Paese.

In Italia purtroppo non ci sono leggi che vietano di praticare sconti clamorosi, addirittura del 20%, del 30% sulle novità, ma solo i grandi editori se li possono permettere. Invece un piccolo editore, che fa fatica a mettere insieme i soldi per fare una tiratura, non è in grado di proporre sconti del genere: ha poco margine di rientro e diventa tutto più difficile, molto più costoso. Il grande editore ha tirature importanti e può tollerare sconti di questo tipo, riuscendo in qualche modo ad ammortizzare i costi. Se il piccolo editore, a causa di uno sconto troppo alto, non riesce a trarre un piccolo guadagno sul prezzo di copertina, rischia di soccombere.

E questo vale anche per le librerie più piccole, che non ce la fanno a reggere la concorrenza di librerie capaci di fare un sconto del 20% sulle novità in uscita, dato che non hanno un volume di libri tale da poter mercanteggiare col grossista o con la distribuzione.

Se invece la situazione fosse come in Francia con una legge che impedisca di praticare uno sconto superiore al 20%, in questo caso sarebbe un gioco alla pari. Invece così non è.

Transeuropa, per esempio, è distribuita dalla PDE, la seconda agenzia in Italia per importanza, che con i suoi 180/190 editori rappresenta il 9% del mercato nazionale dei libri, mentre il gruppo Mondadori sfiora da solo il 30%. Ecco perché le piccole case editrici dovrebbero essere difese e sostenute, perché ora come ora la lotta è impari.

Dal punto di vista delle scelte editoriali, sicuramente una collana risulta più strutturata e rappresenta un'ancora di salvataggio, perché consente di pubblicare materiali che altrimenti sarebbe più difficile dare alle stampe. L'idea della raccolta antologica può risultare utile, sebbene si dica che in Italia le antologie non si vendono. Tuttavia esistono progetti di antologie molto interessanti: magari, anche con quel sistema si può riuscire, senza avere grandi ambizioni circa la tiratura, a far circolare uno strumento utile anche per far conoscere alcuni autori.

Tenendo solitamente come punto di riferimento il minimalismo narrativo di R. Carver, il nume tutelare della casa editrice per il settore della narrativa è Pier Vittorio Tondelli, in quanto egli ha costruito la sigla editoriale Transeuropa con le sue ormai famose antologie *Under 25*: è stato il primo in Italia a porre l'attenzione verso i giovani esordienti e a fare in modo che i grandi editori si occupassero di loro. Dall'inizio della seconda metà degli anni '80 fino agli inizi degli anni '90 ha costruito varie indimenticabili antologie. Dopo la morte di Tondelli, avvenuta nel 1991, Canalini ne ha proseguito il lavoro "scoprendo" altri giovani autori, come ad esempio Enrico Brizzi. Ne è derivato addirittura uno sfruttamento del fenomeno del giovane esordiente (che è una cosa successiva, e non dipendeva certo dalle intenzioni di Tondelli, il quale voleva invece intercettare una sensibilità, il movimento della cultura giovanile, valorizzandola a prescindere dalla possibilità o meno di trovare nuovi talenti).

Per la saggistica, Transeuropa ha tradotto autori come il filosofo tedesco Hans Georg Gadamer massimo esponente dell'ermeneutica, lo statunitense Richard Rorty, anch'egli filosofo, o anche Akbar Gangi, giornalista dissidente iraniano che a causa del suo pensiero laico è entrato in conflitto con la repubblica islamica espressione di un pensiero di confine, di un'apertura al dialogo. Egli per Transeuropa è autore di un libro di interviste-saggi (ad es. con la filosofa Martha Nussbaum o con il filosofo americano Charles Taylor): si tratta di una collezione di queste speciali interviste, di cui la casa editrice ha i diritti mondiali in esclusiva.

Il libro come oggetto

Milani segnala una novità particolare. Alla nuova collana di poesia viene da poco affiancato un esperimento editoriale assolutamente nuovo, la collana *Inaudita*, che nasce

direttamente dall'esperienza della prima collana di poesia, Fuori Commercio. Inaudita consiste in una *plaque* di poesia, alla quale viene abbinato un cd musicale di cantautori indipendenti italiani (anche il cantautorato indipendente italiano soffre degli stessi problemi di cui soffrono l'ambiente letterario e soprattutto poetico): ci si augura che, unendo queste due forze, si ottenga un nuovo prodotto che possa in qualche modo anche interessare il pubblico. Su tirature che non sono certo alte (200 copie), si riescono a vendere questi libretti di poesia con allegato un cd musicale e, siccome il cd non è prodotto dalla casa editrice, bensì dall'etichetta indipendente o dallo stesso artista, si riesce a dimezzare i costi di produzione, ottenendo un piccolo guadagno persino con basse tirature. È un prodotto innovativo e intelligente, che fa sperare per il futuro, poiché sta andando bene; così potrebbe essere interessante raccogliere racconti, drammaturgie teatrali, sceneggiature: tali materiali considerati, dal punto di vista del mercato librario, molto deboli, possono trovare una loro strada ed essere commercializzati sempre nella forma dell'abbinamento, perché presentano un buon rapporto costi-ricavi.

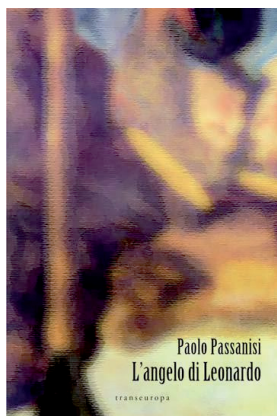
L'editore consiglia

La casa editrice ha ribaltato completamente l'operazione delle antologie Under 25 avviata da Tondelli, cercando di "tradire" in modo creativo la sua eredità, per esempio costruendo ultimamente un'antologia Over 65: l'idea è venuta ragionando sui contesti. Probabilmente Tondelli all'epoca conosceva il pensiero del grande critico letterario e antropologo francese René Girard e ha ragionato "per contesti". Partendo da quella esperienza editoriale, Milani ha pensato di affiancare il contesto 'sacrificale' dei giovani (per usare la terminologia *girardiana* relativa agli stereotipi della persecuzione) ad un altro contesto 'sacrificale', quello degli anziani. Così ha curato la pubblicazione di un' antologia di Over 65.

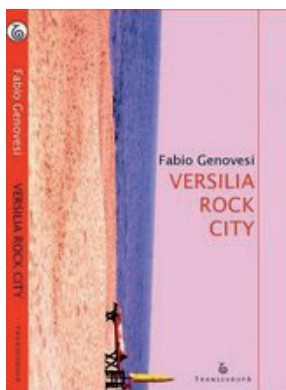


Ha scoperto scrittori con grandi capacità, come ad esempio **Roberto Pusiol** (autore del *Ritratto di Edi Tonon gerontolescente e altri racconti*): un narratore con una

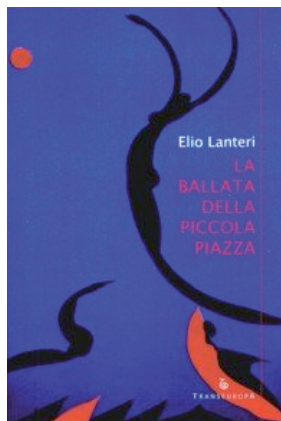
grandissima *verve* linguistica che infatti è stata apprezzata recentemente dalla neoavanguardia di Parisi, Balestrini ecc.; un autore veramente molto valido. La sua è una raccolta di racconti che dal punto di vista della commerciabilità presenta qualche rischio perché in Italia il mercato è diffidente sia verso i libri di racconti sia verso gli scrittori che sperimentano sul linguaggio.



Paolo Passanisi (*L'angelo di Leonardo*) ha scritto un *noir* di grande eleganza formale, dimostrando un'esperienza tutt'altro che da esordiente, visto che in realtà (come succede con molti di questi *over*) ha scritto per tutta la vita, senza però riuscire a trovare prima la possibilità di inserirsi nell'ambiente letterario. I casi della vita non gli hanno dato modo di approfondire la sua passione, però ha sempre continuato a scrivere.



Nel suo *Versilia Rock City* Fabio Genovesi allude fin dal titolo ad un territorio geografico e antropologico ben preciso.



La ballata della piccola piazza di **Elio Lanteri** invece si svolge in Liguria e racconta una storia di bambini e di vecchi ambientata nel '45, quando gli uomini erano a fare i partigiani e le donne rifugiate in Francia: una comunità sospesa tra il mare e il cielo della Liguria. Il romanzo reca l'impronta dello scrittore ligure Francesco Biamonti, per quanto riguarda l'attenzione a repertori linguistici (in questo caso liguri, nel caso di Genovesi di ambito toscano, versiliese).



Nel romanzo a due voci *Non rimpiango, non lacrimo, non chiamo* di **Marino Magliani** e di **Vincenzo Pardini** abbiamo ancora la Liguria e la Toscana gemellate insieme; Pardini, di mestiere metronotte, in realtà è uno dei più potenti narratori che oggi abbiamo in Italia e lo dimostra il racconto ospitato in questa raccolta, che è davvero formidabile.



Di imminente pubblicazione un autore sardo, **Tore Cubeddu**, che con *Cheeshouse*, translitterazione in inglese del caseificio sardo, uscirà a settembre 2010. Anche qui abbiamo un repertorio linguistico sardo, giocato però in una chiave assolutamente comprensibile, di profilo nazionale, quindi.

Ci sono alcune antologie di racconti molto interessanti, anche se come già rilevato, le antologie non vendono molto in Italia.

Laura Pugno, nel suo *Gilgames*, ha messo testo a fronte in francese e in spagnolo e questa è un'operazione che può viaggiare anche su altri mercati e diventare, nel suo piccolo, molto dinamica e utile per l'autore, anche a livello promozionale.

Marco Giovanale farà la stessa cosa, verso luglio, mettendo anche lui testo a fronte in una *plaquette* di poesia sempre nella collana 'Inaudita'.

Grazie al poeta Gabriel Del Sarto, che ha cominciato a collaborare nell'ambito editoriale, recentemente è stato dato il via a una collana di poesia, che è un prodotto di difficile mercato, forse anche perché finora non è stato pensato un tipo di libri per un pubblico che invece secondo Milani esiste. Quindi all'inizio è nata una collana chiamata addirittura Fuori Commercio: era una provocazione, naturalmente. Sono uscite tre *plaquette* di tre poeti, che praticamente giravano solo negli uffici-stampa: era la stessa idea di Giulio Mozzi, editore virtuale che però pubblica sulla rete (con vibrisselibri) un testo senza costi economici, se non quelli del tempo speso dalle persone che ci stanno dietro. Poiché l'idea sembrava interessante, i tre libriccini hanno assunto ben presto la forma del libro, però sempre promozionale. Poi sulla base di un'analoga esperienza editoriale presso l'editore Sossella, si è deciso di dar vita ad una collana vera e propria.

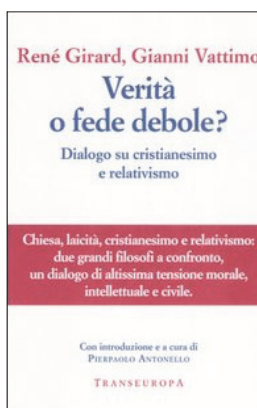


Proprio in occasione del Salone del libro, è uscito *Materiali di un'identità* di **Mario Benedetti**, che normalmente viene pubblicato anche da Mondadori ma che, come gli altri che hanno aderito al progetto, ha deciso di collaborare a questo progetto, donando quest'opera poetica molto interessante, che racchiude anche il suo laboratorio intellettuale: così è nata un'altra collana, che si chiama appunto Nuova poetica.

Per quanto riguarda la saggistica, sicuramente il nume tutelare dell'attività di Transeuropa è **René Girard**, un autore normalmente tradotto in Italia da Adelphi, già molto pubblicato in Italia, ma di cui sono state pubblicate tre opere inedite, più l'ultima *Prima dell'apocalisse*.



Sono state inoltre tradotte anche le opere della scuola *girardiana* in Italia: in questo senso la casa editrice di Milano intende fare un lavoro di più ampio respiro: 'non solo Girard ma anche cose di girardiani.'



Gianni Vattimo sicuramente fa parte di una cospicua parte di storia della casa editrice, in particolare con il suo intervento originale *Verità o fede debole? Dialogo su cristianesimo e relativismo*, pubblicato in seguito ad un convegno organizzato proprio da Transeuropa nel 2006. Questo libro ha avuto un successo tale che viene tradotto ormai in 15 lingue diverse e fa parte delle bibliografie di questi due pensatori, cosa che prima non esisteva. È stato un libro ideato e costruito da Transeuropa.

La saggistica è orientata a recepire quello che si muove a livello internazionale della scuola girardiana: si sono stabiliti dei contatti in Italia con la fondazione che si occupa di diffondere le opere di Girard e perciò Transeuropa cerca di tradurre quello che magari è stato trascurato, che magari fa parte di un catalogo precedente, oppure traducendo anche autori che nel tempo hanno acquisito una loro autonomia e hanno rielaborato le teorie girardiane. Per esempio, un autore che tiene molto presente Girard, anche se non viene detto quasi mai, e lo cita poche volte è Slavoj Žižek, di cui si parla molto ultimamente e di cui già sono state tradotte due opere e un'opera collettanea, di cui egli è il curatore. A settembre ne verrà pubblicata la terza parte, *La mostruosità di Cristo*. Slavoj Žižek, filosofo e psicoanalista, è un autore molto interessante e a noi piace cercare di mettere in rilievo i punti di contatto di questo autore, che poi è famoso per essere un interprete di Lacan, soprattutto con il pensiero di Gerard. Per esempio l'ultimo titolo suonava in inglese come 'il prossimo', 'il vicino': noi l'abbiamo tradotto con *Odia il prossimo tuo*, cioè nella traduzione abbiamo cercato di inserire anche un'indicazione di lettura del sostrato antropologico di Žižek, che pensiamo abbia molto a che vedere col pensiero mimetico di René Girard.

2. Manni Editori

a cura di Cecilia Dalla Torre e Massimo Pellegrini



MANNI EDITORI

Piero Manni s.r.l. - Via Umberto I, 51
73016 San Cesario di Lecce (LE)
www.mannieditori.it

Intervista a Piero Manni e Anna Grazia D'Oria

La storia

Grazia e Piero Manni raccontano come la storia della casa editrice Manni nasca dalla loro passione condivisa per la letteratura. Entrambi insegnanti, per molti anni nelle carceri, cercavano un'attività per arrotondare lo stipendio e decisero di collaborare con una piccola casa editrice di Lecce, Mirelle. Il desiderio di autonomia li portò ben presto a fondare una nuova casa editrice, incoraggiati dal critico letterario Romano Luperini, che insegnava in quel periodo all'Università di Lecce e dalla scrittrice e semiologa Maria Corti, che soggiornava spesso nella città.

L'attività editoriale vera e propria inizia nel gennaio 1984 con la rivista di letteratura "L'immaginazione" che ancora oggi si occupa di ricerca letteraria.



Intorno alla rivista si creò una rete di relazioni e di interessi culturali, che diventarono organici nella programmazione di una produzione libraria. I primi autori

pubblicati furono gli esponenti della neoavanguardia, testi poetici e prose di ricerca (*Gruppo 63*). Il primo libro risale al 1985: *Segni di poesia/lingua di pace*, antologia sulla pace con poesie di Cacciatore, Caproni, Leonetti, Lunetta, Luzi, Malerba, Pagliarini, Sanguineti, Volponi, Zanzotto, ecc.

Queste pubblicazioni ricevettero molte recensioni positive, ma ebbero scarsa diffusione. Una prima strategia attuata dalla casa editrice prevedeva la distribuzione diretta attraverso una rete di librerie di fiducia, ma si rivelò molto faticosa e soprattutto di scarsissima redditività. Fecero quindi ricorso all'aiuto di amici poeti, quali Loi e Chierici che, attraverso giornali di tiratura nazionale, si unirono all'appello della famiglia Manni per cercare nuovi finanziamenti e sbocchi di distribuzione. Nacque così l'accordo di coedizione con un editore milanese -Lupetti- che si occupava di altri argomenti (marketing), ma voleva entrare anche nel circuito della narrativa e della poesia. Grazie a tale collaborazione la casa editrice con la denominazione Lupetti - Manni ottenne una distribuzione nazionale, anche se dopo alcuni anni i loro destini editoriali tornarono a separarsi.

Dalla *casa* editrice iniziale (in senso letterale: la casa dei coniugi Manni ne è stata la prima sede) oggi la Manni è divenuta una srl, alla cui gestione collaborano i figli della coppia. Nel 1997, raccogliendo gli stimoli che da diversi anni arrivavano da più parti, la casa editrice inizia un'attività di sviluppo societario e organizzativo, aumentando la produzione e venendo distribuita dalla PDE.

La linea editoriale

L'idea iniziale, come affermano i coniugi Manni, è risultata vincente: non nascere come casa editrice locale, attenta solo al territorio, ma porsi subito come obiettivo una dimensione geografica e culturale nazionale.

Alla narrativa e alla critica letteraria si è aggiunta la pubblicazione della saggistica sempre nel settore umanistico; inoltre, oggi, accanto alla letteratura, la casa editrice si occupa di sociologia, filosofia, antropologia, teatro e cinema; un'attenzione particolare è riservata al dibattito intorno ai grandi temi di politica nazionale ed internazionale.

La prima collana, *La scrittura e la storia* è stata promossa da Romano Luperini, che ancor oggi la dirige.

I libri o vengono chiesti agli autori già conosciuti e stimati, o tratti dall'esame dei dattiloscritti che vengono inviati. La valutazione del libro da pubblicare è fatta non solo sul piano della qualità, ma anche su quello commerciale. L'editore, afferma Man-

ni, deve essere “strabico”: un occhio alla qualità ed un occhio al mercato: “Ci sono libri di cui sappiamo in anticipo il fallimento sul piano commerciale, ma che pubblichiamo per motivi strettamente artistici o culturali. Non possiamo però applicare indistintamente questo criterio, nel giro di due mesi saremmo costretti a chiudere. Un occhio al mercato dobbiamo tenerlo”.

“Abbiamo un catalogo con pochi “errori” – conclude l’editore- anche se Maria Corti – che per molti anni è stata nostra assidua collaboratrice- ci rimproverava spesso, sollecitandoci ad avere più rigore e consapevolezza nella scelta dei libri da pubblicare”.

Il successo

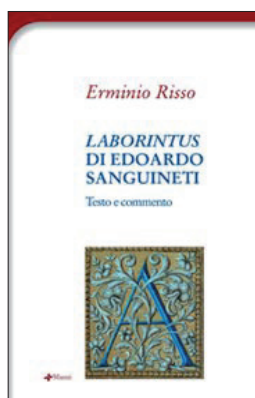
I coniugi Manni descrivono così il mercato editoriale: la velocizzazione del processo di concentrazione editoriale ha creato una situazione quasi a livello di monopolio, con pochi editori che producono la maggior parte dei libri che si leggono in Italia, che hanno anche la gestione esclusiva della distribuzione nei punti di vendita e il controllo dei mezzi di comunicazione, per cui lo spazio per i piccoli editori è sempre più limitato. Le cause principali di questo fenomeno sono il generale abbassamento dei livelli culturali, nonché la crisi economica nell’ultimo biennio. Se non vi saranno cambiamenti nella politica culturale nazionale, in breve tempo la piccola editoria diventerà totalmente marginale (ristretta solo a nicchie territoriali).

“Essere un piccolo editore – afferma Piero Manni - è un mestiere che comporta un’enorme mole di lavoro, dove il problema è pagare lo stipendio a fine mese per i collaboratori. Non è il profitto il fine di questa attività: è un mestiere non difficile, ma complesso. Ogni libro ha alle spalle centinaia di operazioni: dal contatto iniziale autore-editore alla pubblicazione e diffusione, che devono essere svolte attentamente, se si vuole preparare il successo di un libro. Il vantaggio di essere piccoli editori è che ci si può mantenere anche pubblicando un libro che ha una tiratura di sole cinquecento copie: ciò è impossibile per i grandi editori. Questo ci permette di pubblicare un libro senza vincoli di carattere esclusivamente commerciale, ma per motivi puramente “estetici”.

Questa filosofia spiega la presenza nel catalogo della Manni di alcuni testi impubblicabili per altri editori, ad esempio i due tomi di oltre ottocento pagine di Edoardo Cacciatore, un autore che a giudizio dei Manni entrerà nella storia della letteratura nazionale, ma sino ad oggi del tutto misconosciuto. Altra operazione è il *salvataggio*

o *completamento* di opere di grandi autori (es. Zanzotto, Caproni, Saba, etc.) di cui Manni pubblica scritti minori o dimenticati.

Autore fondamentale della Manni è Edoardo Sanguineti. Del suo *Laborintus*, opera che ha cambiato la storia della poesia italiana contemporanea, Manni ha pubblicato un poderoso commento curato da un allievo del poeta, Erminio Riso, a suo tempo edito da Feltrinelli e non più ristampato per motivi di scarsa resa commerciale.



Altro testo di Edoardo Sanguineti di notevole rilevanza è *Atlante del Novecento italiano. La cultura letteraria*, un atlante ragionato in cui Sanguineti sceglie i personaggi più importanti della letteratura italiana del Novecento. È stampato mantenendo l'originale impaginazione del dattiloscritto con una faticosa operazione di fedeltà grafica.

Lidia De Federicis – fondatrice de la rivista L'“*Indice*” e coautrice de l'antologia scolastica *Il Materiale e l'Immaginario* – è altra autrice importante della Manni; ha raccolto e pubblicato per Manni in *Del raccontare: saggi affettivi* una serie di saggi tra esperienza autobiografia e riflessione sulla letteratura.



La produzione attuale di Manni è di circa centotrenta volumi all'anno, compresi i fascicoli delle riviste. Come afferma Manni in un'altra intervista¹ “Centotrenta libri l'anno, sono troppi, e stiamo cercando di contenerci, ma non è semplice. Dobbiamo ogni giorno stare attenti al bilancio, e se pubblichiamo tanti testi il motivo principale è trovare le risorse per finanziare i libri a cui teniamo particolarmente, che quasi sempre sono i più complicati da vendere. L'unico modo per andare avanti è mandare in libreria di tanto in tanto dei libri più commerciali”.

L'editore consiglia



*L'infanzia delle cose*² (2009) è il romanzo d'esordio di **Alessio Arena**, venticinquenne napoletano laureato in Americanistica e specializzato in Letterature ispano-americane, che vive tra la sua città natale e Madrid. *L'infanzia delle cose* è una storia che affascina per la capacità del suo giovane autore di miscelare visionarietà e passionalità – elementi presi direttamente dalla tradizione partenopea e da quella ispanica – e di farlo con una naturalezza disarmante, quella che una volta avremmo chiamato “onestà intellettuale”.

¹http://www.affaritaliani.it/culturaspettacoli/l_editore_manni_problema_sud_resta_degrado_culturae250809.html

²http://www.mannieditori.it/index_x.asp?contenuto=dettaglio_libri&ID=1312



Cosimo Argentina, docente ai professionali e tecnici in Lombardia, è autore di *Maschio adulto solitario*³. Il testo è un romanzo “nero”, carico di humor, che racconta la storia di un giovane uomo del Sud Italia, che non accetta la vita del branco e di esso tuttavia non riesce a fare a meno.

Aspetti peculiari

Manni – come altri piccoli editori ad esempio *Transeuropa* - è stato per una generazione di scrittori – quelli che si sono affacciati alla pubblicazione negli anni Novanta -, un punto di riferimento, sia perché permetteva a giovani autori di debuttare sia per quello che pubblicava di altri.

Afferma Giulio Mozzi: “Perdere un’uscita delle loro rare e spesso introvabili pubblicazioni era un errore, perché la fatica di reperire un titolo era compensata dalla loro densità, ricchezza e originalità”.

³ http://www.mannieditori.it/index_x.asp?contenuto=dettaglio_libri&ID=1184

3. Edizioni Spartaco

a cura di Paola Sabato, Daniela Mannarini e Stefano Lotti

edizioni **spartaco** EDIZIONI SPARTACO

Edizioni SPARTACO s.r.l., Piazza Adriano, 21
Santa Maria Capua Vetere (CE)
Direttore commerciale: Ugo Di Monaco
Direttore commerciale e diritti esteri: Giovanni La Manna
Capo redattore e ufficio stampa: Tiziana Di Monaco
www.edizionispartaco.it

Intervista a Ugo Di Monaco

La storia

Casa editrice indipendente fondata nel 1995 a Santa Maria Capua Vetere.

È nata dall'idea 'folle' di quattro persone che avevano in comune l'amore per i libri.

È partita inizialmente con la pubblicazione di libri legati al territorio, quindi tradizione e cultura legate a Caserta e provincia.

Poi nel 2003, ha deciso di "fare le cose sul serio" e, dopo un anno di lavoro, si è affacciata sul panorama editoriale nazionale, ottenendo la promozione e la distribuzione nazionale.

La linea editoriale

Se i colossi editoriali, proprio per dare peso alla loro importanza, pubblicano di tutto, il lavoro delle piccole case editrici è un lavoro di fino, di pregio. Dietro a un libro c'è un grandissimo investimento e quindi la casa editrice non può rischiare di pubblicare qualcosa di poco valido.

La casa editrice, se vuole fare un lavoro serio, deve pubblicare innanzitutto ciò che piace alla casa editrice stessa. Un piccolo editore infatti deve credere in ciò che pubblica, poi soprattutto deve rispettare la filosofia di collana. Una volta che si è scelta la direzione, la si deve seguire; non si può pensare di prendere delle scorciatoie, altrimenti sarebbe il suo fallimento.

Il successo di una piccola casa editrice è crearsi una nicchia di mercato, una nicchia di fedeli lettori che deve essere coltivata, coccolata... e che non deve andare via, scappare.

Come vengono scelti i libri

La casa editrice, ormai da 7-8 anni, si avvale della collaborazione di curatori, di traduttori, di relazioni che ha instaurato direttamente con altre case editrici straniere e italiane, ma anche con gli autori stessi. Si consideri, dunque, da quante fonti possono arrivare delle ispirazioni per il libro.

Ovviamente la parte più importante è legata all'invio di manoscritti: in un mese in casa editrice ne possono arrivare una quarantina (qualcuno direbbe pochissimi, ma per una casa editrice piccola come *Spartaco* sono davvero molti). Attualmente servono 8-9 mesi di consultazione, prima di essere in grado di dare una risposta.

Il lavoro più pesante è quello di filtro, perché arriva di tutto, anche cose che non sono affatto legate alla linea editoriale: manoscritti di poesia, manualistica tecnica... Questo lavoro è affidato ovviamente al gruppo di lettura, ma anche a persone, sul territorio, che sono vicine alla casa editrice.

Quasi quattro anni fa è stata aperta una libreria "*Spartaco-Interno4*" a Santa Maria Capua a Vetere: all'interno tutto è in legno, un po' stile inglese, un ambiente molto accogliente.

Anche la libreria, quindi, ha dato modo di conoscere altre persone.

Ogni anno si organizzano quasi 60 presentazioni e tante delle persone ospitate, oltre ad essersi interessate alle pubblicazioni delle edizioni *Spartaco*, hanno proposto degli altri scritti: quindi, la libreria è stato un altro fattore che si è aggiunto al normale lavoro di 'ricerca e contatto'.

Le collane e la linea editoriale

La produzione delle Edizioni *Spartaco* è articolata in due collane, una di saggistica e l'altra di narrativa.

La prima, I saggi, è quella che ha dato origine alla casa editrice ed è stata sin dall'inizio particolarmente curata. *Spartaco* si è avvalsa della collaborazione del professor Piero Brunello, dell'università Ca' Foscari di Venezia, docente di storia del meridione... e un anarchico convinto. Infatti, la collana è di ispirazione libertaria, inoltre cerca di dare voce alle piccole minoranze.

Sono partiti da Enrico Malatesta, uno dei padri fondatori dell'anarchismo italiano, nato a Santa Maria Capua Vetere, ma soprattutto un richiamo nazionale, quindi un importante punto di inizio.

Questa collana raccoglie e rilancia l'eredità delle due precedenti collane di saggistica: La campana (studi storici e meridionalismo) e soprattutto Il risveglio, che si è sviluppata rag-

giungendo i 25 titoli e continua a essere quella che dà la sua impronta a tutta la produzione della casa editrice. Accoglie testi di ispirazione libertaria, riflessioni ed esperienze sul potere e sull'autonomia, con un approccio critico, anti-dogmatico, anti-retorico. Non si lascia ingabbiare in generi letterari definiti: tra i suoi titoli ci sono pamphlet, scritti giornalistici, reportage, satire, racconti di viaggio, classici del pensiero libertario e femminista.

Per la precisione, all'interno di questa stessa collana ne è stata creata un'altra, definita 'di sottogenere': raccoglie le opere di cinque donne importanti, che si sono contraddistinte nei loro campi (ad esempio la sociologa e pacifista statunitense, Jane Addams, premio Nobel per la pace nel 1931), portando avanti il concetto di liberismo e del valore delle donne.

Poi è nata, nell'autunno del 2006, la seconda collana, questa di narrativa straniera. Si è trattato di un'operazione particolare. Il programma editoriale è chiaro fin dal nome della collana stessa: Dissensi non soltanto di stampo politico, ma anche ricerca di forme di scrittura moderne e di rottura, letterature ai margini, come pure di stampo relazionale, ad esempio rapporti difficili all'interno della famiglia.

In questo caso la casa editrice ha portato in Italia degli autori sconosciuti, ma che avevano già avuto un buon successo nel loro paese d'origine, pubblicando alcuni autori africani, europei, americani, asiatici.

Spartaco non è legata, infatti, ad un territorio in particolare, ma alla filosofia di collana.

Attualmente Spartaco ha 110 libri in catalogo, definiti "long seller", ovvero quei titoli che danno il catalogo e non si "prosciugano" a distanza di una stagione perché non hanno più interesse.

Il successo

Dietro alla pubblicazione, dietro alla copertina di un libro c'è un enorme lavoro.

Uno dei problemi delle piccole case editrici è legato alle volte ai finanziamenti: le possibilità economiche sono limitate e non si può, effettivamente, pubblicare tutto.

Le edizioni Spartaco si sono assestate su 12-13 novità da pubblicare all'anno, proprio perché non è possibile seguirne come si deve un numero maggiore. Infatti, si deve considerare che, una volta che il libro è stato materialmente pubblicato, bisogna fare tutto il lavoro commerciale, di promozione con le librerie, di ufficio-stampa ecc. Attualmente uno dei più grandi limiti di una piccola casa editrice è trovare lo spazio fisico in libreria, cioè trovare un libraio che sia disposto non solo a prendere il libro - perché la novità la deve per forza prendere-, ma a valorizzarlo. Infatti se viene messo in alto sullo scaffale, dove nessuno può arrivare, chi lo prende? La difficoltà maggiore sta soprattutto nel trovare la considerazione da parte delle grosse catene distributive.

Promozione

Per la promozione Spartaco si affida ad una società che ha sede a Milano ed ha degli agenti in tutte le regioni; questi promuovono i libri e alla fine danno il rendiconto di quello che è il 'prenotato' di ogni novità.

Un'altra possibilità di promozione è costituita dalle poche trasmissioni di qualità, 'Fahrenheit' è una di quelle, che non sono legate ai grossi colossi, non ne sono schiave, e che resistono alle pressioni esercitate dalla grosse case editrici.

Distribuzione

Un'altra società si occupa, invece, della distribuzione, il che vuol dire 'mera logistica', ovvero i furgoni che prendono gli ordini e li portano alle librerie.

Se si pensa che, per quello che riguarda il mondo dell'editoria, il territorio 'va da Roma in su', la casa editrice Spartaco si considera ben radicata nel suo territorio, ancora di più dopo aver aperto la libreria, che è diventata un punto di riferimento. Le persone che leggono a Santa Maria Capua Vetere, e nel circondario, sanno che c'è una libreria specializzata non soltanto nei grandi, ma soprattutto nei piccoli e medi editori.

Per loro che si considerano dei piccolissimi editori la fiera di Torino rappresenta un'occasione importante di visibilità. Però la piccola casa editrice rischia di essere fagocitata da quella che è la grande promozione e la grande proposta di libri. La sala, dove è stata organizzata la presentazione dell'ultima antologia pubblicata, *Per segnare bisogna tirare in porta. Tredici storie per tredici calciatori*, era davvero affollata: l'evento ha avuto successo grazie al coinvolgimento degli amici sul territorio, delle scuole e di tutte le persone possibili.

Il libro come oggetto

Il formato

La collana di saggistica originariamente aveva un taglio minimalista, molto discreto, che poi si è modificato nella grafica e soprattutto nei colori, grazie alla professionalità di Riccardo Falcinelli, che è uno dei più importanti grafici per quello che riguarda il mondo dell'editoria (responsabile di una delle collane di Einaudi), della cui collaborazione le edizioni Spartaco si sono sempre avvalse.

La casa editrice aveva scelto un formato molto semplice perché entrasse nella tasca del jeans: il libro doveva essere un compagno di tempo, quindi non un peso, non un ostacolo. Inoltre, volutamente, il titolo era stato posto in alto, perché rimanesse fuori della tasca e, quindi, potesse essere un modo per fare pubblicità.

Per la collana Dissensi sono stati utilizzati, invece, a proposito della grafica, dei colori molto accesi e soprattutto già la copertina narra il contenuto del libro, 'parla', trasmette molto.

Per quanto riguarda il colore, per esempio, è statisticamente dimostrato che le copertine gialle, di qualsiasi libro, attirano di più e quindi sono più vendute.

La carta

Sempre all'inizio, per la copertina, era stata adoperata una carta lucida, poi si è passati alla patinata, che è molto più bella e di classe.

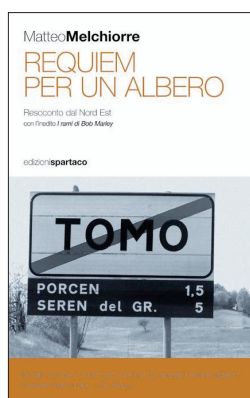
Anche la carta all'interno ha subito un'evoluzione: dapprima era bianca, poi, in seguito ad uno studio fatto, si sono resi conto che dopo una decina di pagine lette la vista si stancava e questo poteva essere un motivo di allontanamento del lettore dall'appassionarsi al libro. Oggi utilizzano, quindi, la carta paglierina, che meglio si sposa con il discorso della leggibilità. Infine sono passati all'utilizzo anche di carta ecologica.

L'editore consiglia

Agli insegnanti (per il loro lavoro)

La bravura degli insegnanti deve essere proprio quella di far capire ai ragazzi che ci sono delle case editrici che fanno del lavoro di 'scouting', ossia un lavoro di ricerca dell'autore.

Poi i grandi non fanno altro che depredare i piccoli editori del successo o del lancio di quell'autore.



Matteo Melchiorre, *Requiem per un albero. Resoconto dal Nord Est.*

La storia: nel paese di Tomo (Veneto) c'è un albero, grande. All'improvviso cade a terra e tutti si domandano le cause.

Attorno alla storia di quest'albero, Melchiorre costruisce qualcosa che è a metà tra l'inchiesta etnografica, il lavoro dentro la storia, la narrazione di fantasia e altro.

Questo è uno dei libri più emozionanti e importanti della letteratura italiana degli ultimi 20 anni.

È un libro molto importante e molto forte ed è tra l'altro un esempio di come quello che gli insegnanti sono abituati a fare, vale a dire far ragionare gli studenti sul territorio stesso: il modo di condurre un'inchiesta, di raccogliere la storia, di capire come è fatto, come funziona.

Agli alunni di prima e seconda superiore



Alex Wheatle, *Tranquillo, fratello*, 2008.

L'autore, nato a Londra da genitori giamaicani, insegna ed è impegnato nel campo sociale, specialmente nella lotta alle droghe e alla violenza giovanile.

Questo romanzo è un la storia di un ventitreenne, Dennis Huggins, che si trova nel penitenziario di Pentonville e, da questa sua condizione di recluso, ripercorre gli anni della sua adolescenza. Narra la sua storia: come è nato, quali sono le sue origini, quali sono stati i problemi che la sua famiglia di origini giamaicane ha dovuto attraversare e soprattutto i rapporti che lui aveva con i suoi amici. Era molto legato ad un ragazzo, una persona completamente 'fuori dalle righe', piena di problemi, la cui uccisione dovrà essere vendicata. Una storia molto cruda, fatta di spaccio, di violenza, di soprusi, anche, in qualche modo, di vendette collaterali.

Però la storia è molto, molto bella: lui incontrerà la donna che, con il passare del tempo, gli cambierà la vita.

Il linguaggio che viene utilizzato è un linguaggio di strada, diretto, non forbito.

Agli alunni del triennio



Paolo Pasi, *Memorie di un sognatore abusivo*, 2009.

Paolo Pasi, giornalista di Rai 3 – Milano, si è inventato un mondo, che chiama “Società”, in cui non esistono tasse, ad eccezione della tassa sui sogni.

Il libro è proiettato al 2035 e il protagonista è un grandissimo sognatore, quindi è costretto a pagare moltissime tasse, anche perché ha una moglie che sogna come lui.

Tutti gli abitanti di questa Società sono costretti, essendo dotati di microchip, prima di addormentarsi, a collegarsi ad una macchina, x19. (Qui si nota una decisa influenza di Orwell).

Il protagonista, per interesse, è costretto a separarsi dalla moglie, anche se loro continuano a vedersi, ad amarsi: quindi da marito-moglie diventano amanti. Dovendo pagare tutte queste tasse, è costretto a cambiare tanti lavori: in questo modo ha la possibilità di incontrare moltissime persone. Viene così a sapere che c'è un'organizzazione segreta che in qualche modo vuole combattere questo stato di cose; infatti si sono inventati una macchina in grado di eludere il controllo della Società.

4. Meridiano Zero

a cura di Mariachiara Florioli, Patrizia Rizzo e Laura Zambanini



MERIDIANO ZERO

Via Tiziano Aspetti, 5 - 35132 Padova

Tel/Fax 049-86.44.704

e-mail: info@meridianozero.it

Ufficio Stampa: ufficiostampa@meridianozero.it

www.meridianozero.it

Intervista a Marco Vicentini

La storia

La casa editrice è stata fondata nel 1997 e ha sede a Padova.

Nasce dalla passione di Vicentini, che è laureato in chimica e fisica ed ha lavorato nell'industria per anni, ma ha contemporaneamente coltivato la passione per le lingue (francese e inglese) e la lettura in genere. Da queste esperienze nasce la sua idea di informarsi su autori e case editrici e di provare a cimentarsi con una propria casa editrice.

Il nome Meridiano Zero risale alla suggestione di un testo di Heidegger che gli ispirò un'idea di partenza, di inizio: al momento della fondazione si era vicini all'avvio di un nuovo millennio e il nome gli è parso pieno di fascino.

La linea editoriale

La casa è specializzata nella narrativa di genere di buona qualità. Ma anche in esperimenti divergenti.

La linea segue il gusto personale di Vicentini sul modo di narrare una storia, equilibrare gli elementi compositivi di un romanzo, come ad esempio l'ambientazione e la psicologia dei personaggi.

Formalmente tiene due collane che hanno come ambito la letteratura noir e la letteratura contemporanea. Ma la linea guida è la presenza di una narrativa forte e di uno stile personale: che sia classico o originale si deve però percepire quello che i francesi chiamano *le soufflé*, il respiro dell'autore.

Con questa linea di riferimento si possono comprendere scelte apparentemente incongruenti: romanzi neri duri e forti e un poema in prosa in italiano del Duecento.

Vicentini ha lavorato per dieci anni con autori stranieri già editi; egli sostiene però che in Italia per vendere un libro che non sia anglosassone bisogna avere molta forza. Negli ultimi anni si sta dedicando molto ad autori italiani, curando qualche esordiente. I francesi e gli inglesi li sceglie personalmente, pur ascoltando suggerimenti altrui. Conta molto la sintonia con chi gli dà i consigli.

Il successo

Alcuni autori (Oddone Longo, Claudio Morici, Angelo Petrella, Marco Archetti, Pierre Magnan) hanno esordito con lui passando poi a grosse case editrici (Feltrinelli, Adelphi, Rizzoli, Garzanti, Bompiani).

Le strategie per promuovere un esordiente possono essere tante e variegate, ma le più grosse librerie consultate da Meridiano Zero dicono che l'unico modo per promuovere un libro è il passaggio in televisione; e non nelle rubriche d'élite di consigli alla lettura, ma nelle trasmissioni più appariscenti, della domenica, che fanno audience. Meridiano Zero è una casa editrice che lavora per il lettore forte, ma quello che cambia il numero di fatturato delle vendite è il lettore di massa, quello delle classifiche, cioè quello che compra il libro di cui tutti parlano (che è diverso dal lettore delle barzellette di Totti; riguardo ad un prodotto così Vicentini dice: "Quello non è un libro ma un oggetto").

C'è un piccolo flusso di vendite anche su internet, ma il fenomeno rimane circoscritto ad un ristretto gruppo di persone.

Per cercare di spingere il marchio della casa o promuovere un prodotto nuovo (ad esempio la *graphic novel*) Meridiano Zero adotta anche la vendita di magliette e borse a prezzi accessibili.

Meridiano Zero è distribuito a livello nazionale. Per un piccolo editore si può considerare un successo editoriale la vendita di duemila copie.

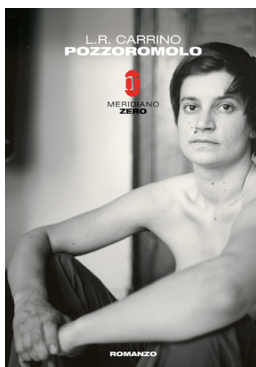
Il libro come oggetto

Per quanto riguarda la scelta della copertina Vicentini segue il suo gusto personale, che ha visto un'evoluzione crescente e che ha sempre tenuto conto, però, di istanze commerciali (l'opportunità di memorizzare il marchio) e della dimensione puramente estetica.



Mostra come esempio la copertina de *Il seme della colpa* di Christian Lehmann che rappresenta il senso del libro: un'immagine che dà un'idea di sospensione e di attesa. Infatti secondo lui il senso del noir non è sangue, azione e pallottole, ma angoscia, attesa e destino ineluttabile.

L'editore consiglia



Luigi Romolo Carrino, *Pozzoromolo*: dimostra l'impegno della lettura e in cambio premia con spessore e soddisfazione.



Allan C. Weisbecker, *Cosmic bandidos*: per ragazzi dai 16-18 anni, divertente e sgangherato.



Hugues Pagan, *La notte che ho lasciato Alex*: mescola il noir classico francese, il cinema degli anni '50 e il ritmo e l'azione del noir americano.



Victor Gischler, *La gabbia delle scimmie*: per ragazzi, pirotecnico, di un autore di fumetti Marvel.

Aspetti peculiari

Da lettore rimprovera agli altri editori italiani di non dedicare tempo adeguato a coltivare, a “tirare su” gli scrittori d’oggi che fanno “belle cose” le quali però possono presentare buchi nella struttura narrativa o nella costruzione del personaggio. Per arrivare ad un libro che sia compiuto possono servire anche due anni di lavoro dopo la

scrittura. Nessuna grande casa editrice ritiene economicamente conveniente perdere due anni di tempo e di stipendio di un redattore per lavorare a questo.

La soddisfazione nasce dall'autore, che capisce questo lavoro che è stato fatto e sceglie di rimanere a pubblicare con loro. Un esempio è Luigi Romolo Carrino, il cui libro è arrivato già alle cinque ristampe.

Il sogno dell'editore è arrivare ad essere un marchio riconoscibile non per la quantità ma per la qualità, come accade per case come Sellerio e Iperborea.

5. minimum fax

a cura di Claudia Ottaviani e Roberta Romanato



MINIMUM FAX S.R.L.

P.le di Ponte Milvio, 28 - 00135 Roma
www.minimumfax.com

Intervista a Christian Raimo

La storia

Christian Raimo è un agguerritissimo trentacinquenne, consulente per le collane *Nichel* e *Indi* di minimum fax, scrittore (*Latte*, minimum fax, 2001; *Dov'eri tu quando le stelle del mattino gioivano in coro?*, Minimum fax, 2004) e professore di storia e filosofia in un liceo di Roma.

Minimum fax nasce nel 1994 sull'onda di una singolare esperienza giornalistico-editoriale ideata e diretta da Daniele di Gennaro e Marco Cassini, due giovani organizzatori di corsi di scrittura presso un'associazione culturale romana. Questi decidono dapprima di fondare una rivista e diffonderla via fax negli uffici, nelle università, nelle scuole, nei circoli. Il successo dell'iniziativa è poi agevolato dalla collaborazione di alcuni autori come Dacia Maraini, Maria Luisa Spaziani, Dino Verde e Stanislo Nievo a due rubriche tra le numerose previste dal loro progetto: l'inedito firmato da un grande nome e un laboratorio di scrittura a puntate.

Incoraggiati dalla notorietà conseguita e dall'interesse suscitato anche fra diversi intellettuali come Raffaele La Capria, Sandro Veronesi, Goffredo Fofi, Di Gennaro e Cassini creano le prime due collane: *Filigrana*, dedicata a saggi sulla teoria della scrittura, e *Macchine da scrivere*, che introduce per la prima volta in Italia gli storici libri-intervista della *Paris Review*. Di poco successiva a queste è *Sotterranei*, con cui la casa editrice definisce la sua identità come un progetto di indagine sul contemporaneo: la nuova collana costituisce un lungo e innovativo lavoro di ricerca riservato, oltre che a biografie e scritti dei grandi del jazz e del pop, soprattutto alla poesia e alla narrativa americana contemporanea, della quale annovera sia i più recenti autori emergenti sia i loro maestri della precedente generazione, in particolare Bukowski, Vonnegut, Carver.

È merito di minimum fax la trasformazione di Carver in autore di culto e perfino in best-seller da scrittore "per pochi" qual era ancora, almeno in Italia, a metà degli

anni Novanta. Questa casa editrice ha infatti curato la traduzione di alcuni suoi testi inediti, valorizzando la sua opera in una collana specifica, I libri di Carver, il cui successo porterà nel 2003 ad aggiungerne un'altra, la *minimum classics*, impegnata nella riscoperta di autori anglosassoni inediti in Italia e/o dimenticati.

A partire dal 2000 l'attenzione alla letteratura straniera, via via integrata negli anni con incursioni nella produzione europea, è affiancata dalla pubblicazione di autori italiani, proposti nella collana Nichel, accanto alla quale, tra le diverse altre, vale la pena ricordare almeno Indi, riservata all'attualità.

A quindici anni dalla sua nascita *minimum fax* non è più semplicemente una casa editrice ma una realtà composita, costituita da un gruppo di società e associazioni culturali:

- *emme effe*, un laboratorio permanente di formazione culturale, che opera a Roma, Milano, Bologna, in collaborazione con altri soggetti culturali, proponendo occasioni d'incontro tra il mondo della scrittura, dell'editoria, del cinema e della televisione, della comunicazione in generale.
- *minimum fax media*, una casa di produzioni cine-tv, che ha preso vita dall'incontro degli editori con la produttrice Rosita Bonanno e dal progetto di mettere a punto un uso trasversale del patrimonio della casa editrice tra arte della scrittura e arte dell'immagine. Il suo archivio comprende *Le memorie di Adriano*, con Giorgio Albertazzi, *Primavera in Kurdistan*, documentario unico e prezioso, i *Giri di parole* con Susan Vega, interviste a Kubrick, Welles, Scorsese, Godard, Truffaut, Mamet, Herzog, Allen, Hitchcock).
- *Libreria minimum fax*, una piccola libreria aperta nel dicembre del 2005 nel cuore di Roma, che offre una selezione di titoli di narrativa italiana e straniera, saggistica, controinformazione, storia e spettacolo, con un'attenzione ai marchi indipendenti e agli autori esordienti così come ai classici e alle case editrici storiche.
- *minimum fax live*, un'associazione culturale che ricerca, produce e promuove letture teatrali, festival e altre iniziative che puntano alla contaminazione dei generi, associando il testo dei libri alla voce degli attori e dei musicisti adatti ad esaltarne le caratteristiche e le qualità.

La linea editoriale

La progettazione di *minimum fax*, così come essa ci è stata illustrata da uno dei suoi direttori di collana, Cristian Raimo, matura e si fonda su un'articolata riflessione circa lo status generale delle istituzioni culturali del nostro paese, il quale status agisce

come fattore che condiziona e muta gli obiettivi tradizionali dell'attività di una casa editrice. Questa si trova infatti di necessità a confrontarsi con una situazione in cui i luoghi che in passato erano deputati ad essere laboratori di senso, di capacità critica e di continuità culturale (la scuola, i partiti, le fondamentali realtà sociali) registrano una grave perdita di autorevolezza e prestigio morale, che diminuisce rispetto alla comunità nazionale non solo la loro importanza ed il loro peso, ma anche la loro possibilità di proporre un sistema di valori unanimemente condivisibile e condiviso; dall'altro lato il vuoto gradualmente prodotto da questa inadeguatezza della cultura "ufficiale" pare destinato ad essere colmato sempre più inesorabilmente dal mercato. È il mercato infatti che tende a porsi come "unico luogo di riconoscimento", ossia è la capacità di acquisire il controllo di una più o meno vasta percentuale del variegato popolo dei consumatori a legittimare l'esistenza e l'azione anche di chi voglia operare 'solo' culturalmente: in altre parole, esclusivamente chi vende ha diritto ad esserci ed a parlare.

Di fronte a una realtà di questo genere, una casa editrice secondo Raimo non può più accontentarsi di costruire una buona linea editoriale, limitandosi a pubblicare libri che riscuotano un certo successo di pubblico, ma dovrebbe aspirare a svolgere anche un ruolo nuovo di laboratorio culturale, sopperendo così alla debolezza delle istituzioni tradizionali. D'altra parte essa non può neppure prescindere totalmente dalla legge economica della domanda e dell'offerta, dal gusto e dalle richieste dei lettori. Semmai può impegnarsi ad orientare tali richieste, in modo da elevarne il livello, tenendo conto peraltro del paradosso per cui il libro a stampa è l'unico prodotto del sistema economico capitalistico incommensurabile alla sua logica di uso e consumo rapido del bene commercializzato. Se infatti una qualsiasi altra impresa punta a immettere sul mercato merci ad alta deperibilità, che garantiscano con il loro stesso deteriorarsi il formarsi di una nuova domanda, l'obiettivo di una casa editrice è di 'scovare' e far conoscere il classico, cioè proporre un libro destinato a mantenere inalterato nel tempo il proprio carattere di attualità e dunque a non essere sostituito.

A ben vedere, è proprio in questo compito di orientamento non solo del pubblico, ma anche dello scrittore stesso che si gioca l'aspetto più significativo dell'intervento dell'editore, altrimenti ridotto al puro ruolo promozionale dell'opera. L'editore serio è colui che dà al libro "quello che il libro è ancora in potenza e che il libro non ha", facendo del testo un oggetto completo. Peraltro proprio questa preziosa funzione potrebbe rivelarsi in un prossimo futuro una garanzia di sopravvivenza per la sua stessa figura, in un mondo in cui sono da tempo attivi canali di circolazione dei testi indipendenti dall'industria editoriale.

In termini generali dunque la linea di minimum fax si può dire ispirata ad una duplice necessità: quella di non rinunciare né ai valori di senso che i libri veicolano in sé, mettendo a punto e sollecitando uno sguardo critico rispetto al reale, né a confezionare, anche sotto il profilo estetico, libri appetibili.

Quanto poi ai criteri più specifici cui essa fa riferimento essi sono individuati da Raimo soprattutto nella chiarezza, nella trasparenza e nel rispetto nei confronti del lettore, che a loro volta si concretano nel rispetto da parte dell'editore del proprio catalogo. Quest'ultimo deve costruirsi ed arricchirsi, cercando di rimanere il più possibile fedele a se stesso, in modo da presentare al lettore una coerenza interna, che sia immediatamente percepibile e costituisca il fondamento della credibilità della casa editrice stessa, secondo il principio per cui "una casa editrice è il suo catalogo" ed "una buona casa editrice si confronta sempre con il suo catalogo".

Anche sotto questo punto di vista l'intervento richiesto all'editore non è semplice, a causa del fatto che rispetto al passato il materiale che viene proposto alla sua attenzione risulta sempre meno selezionato ed è dunque a lui richiesta quell'operazione di scrematura e filtro, precedentemente compiuta negli altri luoghi culturali, attualmente, come s'è già detto, in crisi.

Il successo

Minimum fax è una casa editrice in espansione: essa pubblica in media più di una trentina di nuovi libri all'anno ed il suo catalogo ha superato i 400 titoli, suddivisi in 8 collane. Il suo fatturato si aggira intorno al 1.500.000 euro l'anno, derivato da una media di vendita di circa 125.000 copie complessive.

Una fetta di mercato non ancora raggiunta, e che invece la casa aspirerebbe ad intercettare, è quella corrispondente alla fascia di pubblico più colta, in linea generale di formazione universitaria.

Il libro come oggetto

La casa editrice minimum fax si è costruita un'immagine giovanile, perché è stata fondata da ragazzi venticinquenni, questa immagine ha dei vantaggi, però anche degli svantaggi. Oggi i fondatori sono poco più che quarantenni e anche la linea editoriale sta prendendo una fisionomia più "adulta". La grafica di minimum fax è molto colorata e i colori usati sono la gamma grafica dei pantoni, colori accesi, pastello. Questo serve a rendere i libri riconoscibili in sé come grafica e a rendere riconoscibile la casa editrice come atmosfera iconica.

Per alcuni libri si può trovare addirittura in copertina una piccola scheda di quello che il libro è (in casa editrice vengono chiamate “le righine”). Dietro c'è la quarta di copertina, dove si trova una descrizione più ampia del testo, i libri di minimum fax non hanno le bandelle. Questo è in linea con la politica editoriale della casa editrice che ha scelto di fare una politica di prezzi molto bassa e di risparmiare su gli altri paratesti.

Anche il carattere della scrittura è un tratto distintivo di una casa editrice, il carattere della minimum fax è il sabbon.

L'editore consiglia

Christian Raimo ci ha dato questi consigli di lettura:



Antonio Pascale, *Questo è il paese che non amo*.

Il titolo è un evidente *détournement* di “questo è il paese che amo”, è un libro fondamentalmente di critica letteraria e culturale, che indaga l’atteggiamento narcisistico della società italiana dagli anni ’80 in poi. Citiamo dalla copertina: “Dagli anni ’80 in poi l’Italia è diventata un paese ammalato di narcisismo, arrogante, invecchiato ma infantile sempre propenso a sfuggire a ogni forma di responsabilità individuale. Come è avvenuta questa mutazione collettiva? Ed è possibile immaginare un futuro diverso?” Questo è un libro che non dà soluzioni, ma appunto problematizza ed è interessante perché nella nostra società è sempre più difficile insegnare a problematizzare, che poi è anche uno degli obiettivi importanti a cui dovrebbe tendere la scuola e coloro che sono deputati a fare formazione culturale e a indirizzare le idee. L’autore non dà risposte ma si domanda come sia possibile instillare dei germi di rovesciamento rispetto a un cammino di crisi culturale.



David Foster Wallace, *Tennis, tv, trigonometria, tornado*.

David Foster Wallace, suicidatosi nel 2008, è l'autore del romanzo di culto *Infinite Jest*. Con uno stile ironico i suoi saggi narrativi possono essere molto interessanti da proporre in classe perché parlano spesso del problema della scelta, che è un problema tipico degli adolescenti

Per fare un esempio che riguarda lo sport: cosa vuol dire scegliere quando tuo padre ti ha fatto allenare sei ore al giorno da quando hai otto anni? Quindi, quando diventi adulto, non sai più se quella vita che tu stai vivendo sia la tua vita o quella di qualcun altro.

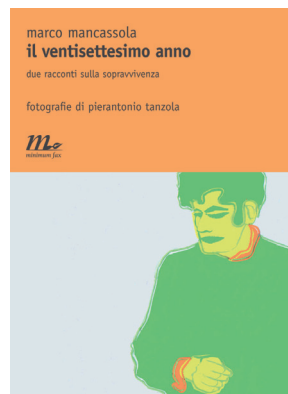
Un altro saggio molto interessante è quello che riguarda la televisione, non si può prescindere dal racconto di quello che accade nella società se non si capisce che cosa è la televisione.



Stefano Liberti, *A sud di Lampedusa*.

Un libro istruttivo su come si svolgono i viaggi di immigrazione dall'Africa fino a sud di Lampedusa. Da affiancare a questo libro-inchiesta un interessante dossier sull'immigrazione che si trova in rete, a cura di Andrea e Antonio e Cibati, dal titolo *Mandiamoli a casa, luoghi comuni sull'immigrazione*.

Stefano Liberti è uno dei pochissimi giornalisti italiani che da anni seguono gli aspetti meno conosciuti dei movimenti migratori dall'Africa verso l'Europa: tutto ciò che accade a sud di Lampedusa. Senza fidarsi dei luoghi comuni o lasciarsi abbindolare dai proclami sull'integrazione che verrà, ha scelto di esplorare con i propri occhi la "geografia del transito" tra il Sahel e il Maghreb.



Marco Mancassola *Il ventisettesimo anno*.

Questo libro raccoglie due racconti di formazione, il primo racconto è un microromanzo in cui il protagonista ripercorre il periodo della sua adolescenza (gli anni Ottanta): un'educazione etica, erotica e sentimentale segnata dalla scomparsa del fratello maggiore stroncato dall'Aids. Nel secondo racconto un semplice incontro notturno tra due amici al pub diventa l'occasione per una inaspettata e vertiginosa discesa agli inferi. Due racconti intensi e struggenti, due storie d'amore, amicizia e morte, cui si affiancano le fotografie in bianco e nero di Pierantonio Tanzola.

Aspetti peculiari

Nel panorama del vuoto culturale odierno e della mancanza di forti punti di riferimento, ci sono case editrici che stanno facendo molto male al mercato editoriale italiano, tutte le case editrici che fanno libri denuncia. Denunciare senza analizzare, senza storicizzare, senza problematizzare, diventa un modo per fare soldi con il disagio e col disagio civile. Inoltre questa profluvio di libri denuncia che sparano a zero su qualunque cosa, che mettono in sospetto nei confronti di qualunque autorità, producono un atteggiamento di "menefreghismo" nel cittadino, che porta al disimpegno, alla non partecipazione. Insomma questo tipo di editoria sortisce l'esatto opposto di quello che pretende di produrre, è una sorta di autogol.

6. Nino Aragno Editore

a cura di Mariachiara Florioli, Patrizia Rizzo e Laura Zambanini



NINO ARAGNO EDITORE

Ufficio stampa: Via Arona, 6 - 20149 Milano
 Sede legale: Via S. Francesco d'Assisi, 22 - 10121 Torino
 tel.+39.02.34592395 fax.+39.02.34591756
 Sede operativa: tel/fax: +39.0172.21085
www.ninoaragnoeditore.it

Intervista a Nino Aragno

La storia

“Si nasce editori se si ha un’idea di cultura precisa. Il mercato non c’entra. È una questione di passione.” Si definisce uno snob e un editore impuro perché viene dal mondo industriale agro-alimentare.

Fondata a Torino nel 1999 da Nino Aragno, la casa editrice segue una politica editoriale originale, promuovendo una serie di collane di alta qualità e aprendosi anche alla collaborazione di paesi europei come Francia, Belgio, Inghilterra e Germania.

Grande attenzione viene data al mondo culturale e alla creatività italiana, senza tuttavia escludere la pubblicazione di autori stranieri. Il catalogo comprende attualmente 24 collane che includono titoli editi ed inediti di letteratura, storia, filosofia e storia dell’arte. Fra essi si distinguono ristampe anastatiche, classici, traduzioni, testi critici e monografie, oltre a testimonianze epistolari che offrono al lettore un affresco esaustivo e originale della storia culturale e intellettuale dell’Ottocento e del Novecento italiano e francese. Le ponderose pubblicazioni in lingua inglese testimoniano inoltre il grande impegno culturale della casa editrice, teso ad un recupero di più ampio respiro della cultura classica e umanistica.

Dall’idea di un progetto cultural-editoriale che abbracciasse anche un ambito europeo sono nate le collaborazioni con alcune delle più prestigiose istituzioni culturali sia internazionali, quali il Warburg Institute di Londra (2001); il Collège de France (2002); l’Istituto di giudaistica della Freie Universität di Berlino (2004); l’Academia Belgica e l’Istituto Storico Belga di Roma (2004), sia italiane, tra cui l’Istituto Italiano per gli Studi Filosofici di Napoli (2001); il Centro internazionale di studi “Giovanni Pico del-

la Mirandola” di Mirandola (2002); la Fondazione “Centro di studi storico-letterari Natalino Sapegno” di Aosta (2003); l’Istituto Nazionale di Studi sul Rinascimento di Firenze (2004); il Centro di Studi Politici Paolo Farneti di Torino (2006). [dal sito].

La linea editoriale

Il rapporto tra letteratura ed editoria è un rapporto difficile: come primo esempio Aragno cita la necessità di Dino Campana di pubblicare a proprie spese *I canti orfici*. Aggiunge che gli scrittori italiani dovrebbero fare agli editori un “processo di Norimberga” perché questi ultimi sono portatori di ragionamenti strettamente operativi e industriali. Ciò ha prodotto dei guasti: o si punta su determinati sicuri autori affermati, trascurando i giovani, o solo e troppo sui giovani. Talvolta si punta troppo sul personaggio: si sta sovrapponendo il personaggio al testo. Un esempio sono le pubblicazioni dei comici. Il fenomeno poi si allarga alla tv; Aragno è critico anche nei confronti delle trasmissioni “alla Fazio”, dove non si mette in luce il narratore ma il personaggio.

Questo fa effettivamente bene al mercato, ma Aragno nutre sospetti nei confronti del narratore che diventa divo e nei confronti del divo che diventa narratore. Operazioni televisive simili annullano i meccanismi di selettività, di gioco alla pari.

Il libro nasce dalle mani dell’autore e non ci deve essere un’eccessiva presenza dell’editor: Aragno crede in una narrativa di talento, crede in un ritorno alla narrativa di stile. Le scelte non devono essere suggerite dal mercato.



In controtendenza l’editore cuneese ha pubblicato la corrispondenza collegata alla vicenda dei “Gettoni” di Vittorini per dimostrare che la narrativa si fa in un altro modo: Calvino e Vittorini con gli autori parlavano di romanzi e non di soldi.

Da buon cuneese, amico di Carlo Petrini (l’inventore dello *slow food*), ritiene che debba esistere lo *slow book*. La lentezza è fondamentale. Altri editori, anche bravissimi-

mi come *minimum fax*, si comportano diversamente, perché vogliono crescere. Lui invece non vuole crescere.

E fa un esempio attingendo alla sua passione per i prodotti della sua terra: Gaja, uno dei migliori produttori di Barolo, sul mercato si trova con difficoltà. Il Barolo '64 è un'idea di Gaja: non esiste Barolo migliore.

“Il libro è come il vino: tu puoi farne per la vigna che hai; altrimenti si deve aggiungere acqua. Se si vuol fare un bestseller lo si può fare: si va a Zocca da Vasco Rossi, gli si presenta un assegno sostanzioso e si accetta di pubblicare la sua autobiografia.”

Non è difficile fare i libri che si vendono. È difficilissimo fare i libri che non si vendono. Pur agendo in questo modo, il catalogo Aragno presenta libri richiestissimi.

Strategia di marketing: farsi cercare disperatamente. Il lettore deve arrivare al punto di dire: “Finalmente l'ho trovato.”

“Il libro non è uno strumento democratico. È inutile cercare di infilarlo ovunque. Se non si difende l'élite intellettuale non si difende il mondo.”

Aragno cerca il lettore complice, non quello che non ha una biblioteca a casa: il lettore è colui che è complice delle proprie letture, che diventano quindi parte del suo modo di vedere. Il libro è una macchina per pensare.

C'è differenza tra il lettore e chi cerca informazioni. Anche nei giornali si manifesta lo stesso fenomeno: dunque la casa editrice sta facendo una collana di classici del giornalismo per salvare un canone, quello del giornalismo di opinione. Oggi invece il giornalismo fa informazione o rissa; non si trova più l'elzeviro con cui ci si può fare un'opinione.

Il successo

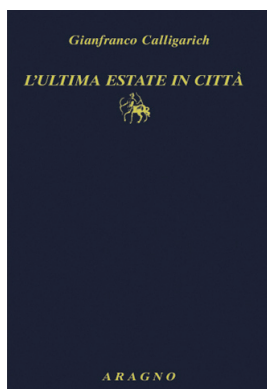
Gli autori che hanno pubblicato con Aragno ed hanno avuto successo hanno cambiato editore. Un esempio, Andrea Vitali con *L'aria del lago*. Ciò è dovuto anche a problemi di distribuzione.

Il piccolo editore è autonomo rispetto ai grandi editori: per questo può permettersi di tenere nel cassetto manoscritti anche di valore attendendo il momento più opportuno per la pubblicazione.

Il libro come oggetto

Aragno si stampa in proprio i libri, non ha uno stabilimento esterno, perché ritiene che sia bello anche stamparli, scegliere ad esempio la carta, le cuciture. Il libro è un oggetto prezioso e non di massa.

Anche la scelta grafica è volutamente poco accattivante: utilizza solo due colori: il rosso e il blu.

L'editore consiglia

Gianfranco Calligarich, *L'ultima estate in città*.

L'autore pubblicò negli anni Settanta questo romanzo che la Ginzburg giudicò molto buono. Aragno l'ha ripubblicato per il suo valore estetico: la prima frase del romanzo, infatti, determina il desiderio di procedere nella lettura. (*“Del resto è sempre così. Uno fa di tutto per starsene in disparte e poi un bel giorno, senza sapere come, si trova dentro una storia che lo porta dritto alla fine.”*). Dopo la loro pubblicazione con Aragno esplose il peana dei critici, il tamtam dell'intelligenza italiana. Ora Calligarich dovrebbe cambiare editore.

Altri volumi consigliati.

Alfonso Gatto, *Scritti di architettura: l'architettura è anche utopia moderna*.



Gian Luigi Beccaria, *Elogio della lentezza*.

7. ISBN

a cura di Roberta Bernardi, Domenico Tirino e Daniela Zanetti

Isbn Edizioni

ISBN



Via Sirtori 4 - 20129 Milano

tel 02 036578933

<http://isbnedizioni.it>

Intervista ad Alice Beniero, responsabile grafica della casa editrice

La storia

La casa editrice nasce a cavallo tra il 2004 ed il 2005 a Milano, come costola del *Saggiatore*, poi diviene indipendente a partire dal 2009.

La linea editoriale

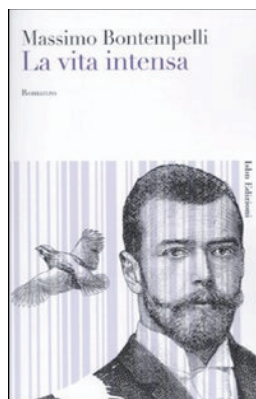
La linea di fondo che segue la ISBN è quella secondo la quale il libro è principalmente un'esperienza, quindi che venga vissuto come un oggetto con un approccio di tipo tattile, specie all'inizio. Punta molto sulla veste grafica del libro.

Ha collane di narrativa, saggistica e di varia.

Nuove collane stanno ora prendendo piede, in particolare i Reprint (i più pubblicati ma in edizione economica) e gli Special book, in un'ottica di democratizzazione della lettura.

I Reprint sono i libri più venduti in edizione economica. C'è proprio l'intenzione di abbassare il prezzo per avvicinarci al pubblico anche perché leggere deve essere una cosa alla portata di tutti.

Nel 2009 è nata una nuova collana, curata Guido Davico Bonino, autorità nel campo della letteratura italiana, che ha già lavorato con Einaudi e che ha deciso ora di collaborare con ISBN per riportare in auge autori importanti del Novecento italiano o che sono stati in qualche modo ignorati dalla critica in quanto considerati minori, oppure autori riconosciuti ma le cui opere sono fuori catalogo da molto tempo (Massimo Bontempelli, tra tutti).



La grafica riprende, dove è possibile, la copertina originale, quella della precedente pubblicazione. La volontà è quella di creare una collana senza una linea grafica costante, che rispecchi in qualche modo la pluralità del Novecento, ma che trasmetta l'imprescindibile senso di continuità col passato (anche nei caratteri, pur se rivisitati in chiave moderna).

Il successo

Grazie ad ISBN e alle sue peculiari scelte grafiche i classici hanno avuto successo, sono divenuti quasi libro di culto. C'è di fondo una visione retrospettiva che piace all'editore, cui egli è affezionato, che ha determinato un orientamento verso i classici, ma non solo. La scelta comunque è stata quella di lavorare cercando di sviluppare i sentimenti raccolti nel libro attraverso la matericità degli elementi, specie della carta.

ISBN è una casa editrice che, nel suo piccolo, ha mercato.

Il libro come oggetto

Obiettivo iniziale: pubblicare testi dal layout particolare, copertine bianche per invitare il lettore ad aprire il libro, curiosare dentro. Un approccio finalizzato soprattutto alla scoperta dei contenuti.



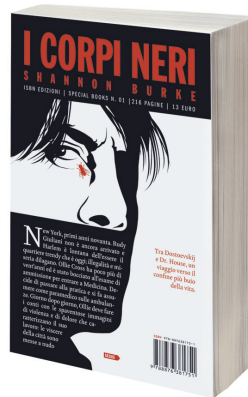
Col tempo, la casa editrice si è poi diretta anche su altri valori. Ad esempio vi sono diverse collane caratterizzate da un colore diverso sulla copertina: il colore è importante per colpire visivamente perché l'aspetto visivo è la percezione più immediata: la saggistica è caratterizzata dal giallo; la narrativa dal rosso; la costa blu denota i testi ibridi.



I nuovi valori verso i quali la casa editrice si sta dirigendo sono le nuove collane Reprint e Special book.

Il libro ricalca un'esperienza di contenuto, per cui i layout di copertina cambiano spesso: rimane il codice a barre in copertina e l'uso di un colore a seconda della tipologia di testo, oltre al nero per il corpo del testo. A seconda dell'argomento trattato il libro, in quanto oggetto, varia e si adatta al contenuto stesso (la grafica è direttamente legata all'anima della storia raccontata).

La prima uscita, ad esempio, narra le avventure di un paramedico ad Harlem: *I corpi neri* di Shannon Burke.



Di fondo, l'idea è quella di invitare il potenziale lettore ad aprire il libro per conoscerlo, portando a tal pro maggiori informazioni possibili sulla copertina (la prima romana come incipit, al posto della quarta di copertina).

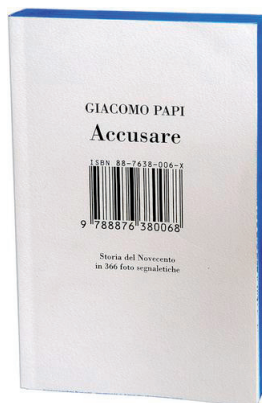
Siccome nessuno aveva mai fatto nulla di simile dal punto di vista grafico è diventato un po' un motivo di culto avere in libreria un libro Isbn.

Nei nuovi titoli italiani abbiamo cercato di sviluppare il più possibile la materia: esprimere i sentimenti contenuti del libro attraverso la matericità degli elementi, della carta soprattutto. Ad esempio il libro di Gabriele Reggi *Liberaci dagli sbirri* è una storia di mafia ambientata in una località molto piovosa. L'umidità dei contenuti attraversa anche le pagine del libro. Il libro è stato realizzato volutamente sotto la pioggia e molti librai si sono lamentati che le copie fossero arrivate tutte rovinate. Abbiamo dovuto spiegare che la cosa era voluta.



Nel complesso, il design ISBN può definirsi retrò, nonostante la prima percezione di una casa editrice marcatamente innovativa.

Fin dall'inizio i libri di Isbn sono stati caratterizzati da molta grafica anche all'interno. Uno dei primi libri ad esempio *Accusare* di Giacomo Papi era formato da foto di criminali.

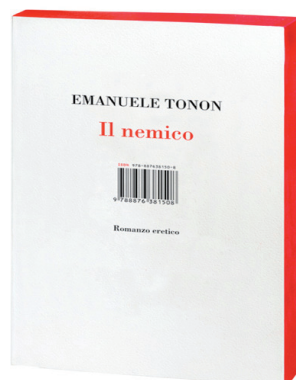


Un esempio, infine, di discorso grafico che entra ed esce in continuazione dal libro è *Design del popolo* di Vladimir Archipov. È una raccolta di oggetti di uso quotidiano trovati nell'Europa orientale durante la massima depressione economica in anni recenti.



Pur nella novità, questa attenzione alla grafica richiama alcuni esperimenti editoriali degli anni Sessanta e Settanta e guardandoli si respira quell'atmosfera: c'è un certo *vintage* già nel nascere.

Questa è una casa editrice che appare innovativa, ma ha molto in mente il passato. Anche il carattere di stampa è retrò (Bodoni). C'è una profondità storica anche in questo lavoro fortemente innovativo. Questi libri sono pensati, infatti, per un lettore collezionista.

L'editore consiglia

Emanuele Tonon, *Il nemico*, romanzo interessante, quasi eretico a tratti, caratterizzato da un linguaggio sperimentale, talvolta audace, con una venatura di misticismo. Uno dei pochissimi libri di Isbn con sovracoperta. In nemico è senz'altro Dio. È uno dei romanzi più impressionanti del 2009. Ha la concreta possibilità di essere ricordato fra qualche anno come un libro importante. (consigliato da Giulio Mozzi)



Amedeo Romeo, *Non piangere coglione*, la storia di un uomo ossessionato dalle donne incinte: scavo psicologico e storia d'amore insieme di un uomo ossessionato dal suo desiderio di maternità.



Michela Murgia, *Il mondo deve sapere*: è un'idea originale che nasce da un blog della stessa Murgia, scritto mentre l'autrice lavorava come addetta in un *call center* di una multinazionale che trattava aspirapolveri made in USA, poi pubblicato e da cui Paolo Virzì ha tratto spunto per il suo film *Tutta la vita davanti*. Qui, più che nel film, si svelano le dinamiche che avvengono all'interno della multinazionale. L'autrice ha lavorato trenta giorni per questa multinazionale. È un libro che fa ridere.

Aspetti peculiari

Emerge con forza l'idea di coinvolgere il lettore in un approccio fisico al libro, puntando sulla matericità, sulla visività, in linea tutto sommato con la società contemporanea, la quale sta vivendo attualmente una sorta di ipertrofia dell'esplorazione.

8. Edizioni Il Maestrale

a cura di Roberta Bernardi, Domenico Tirino e Daniela Zanetti



EDIZIONI IL MAESTRALE

Via Monsignor Melas - 1508100 Nuoro

tel. 0784 31830

www.edizionimaestrale.com

redazione@edizionimaestrale.com

La storia

La casa editrice Il Maestrale nasce nel mondo dei libri come *libreria* nel centro di Nuoro in Sardegna, quando tre ragazzi, appena ottenuto il diploma di scuola superiore, si uniscono con un interesse in comune per il *libro*. Dopo dieci anni, lavorando dietro al bancone, hanno potuto appurare quello che mancava all'utente lettore, quindi hanno iniziato a pubblicare, proponendo cose semplici e locali.

Il primo libro pubblicato è stato *Novelle* di Grazia Deledda (che a livello nazionale non si trovava più). Più avanti si sono occupati dei classici della letteratura italiana e sono quindi arrivati autori noti a livello nazionale e non più solo locale; alcuni di questi autori hanno poi ottenuto un grande successo e sono passati ad altre case editrici, ad esempio Francesco Abate e Salvatore Niffoi.

Il Maestrale attualmente si appoggia, per i titoli più importanti, a grosse case editrici, come Rizzoli e Frassinelli.

La linea editoriale

Fin dalla sua costituzione la casa editrice ha messo alla base delle proprie scelte una sorta di filosofia, cioè "pubblichiamo ciò che per noi sembra meritevole di essere pubblicato". Infatti a una casa editrice arriva di tutto, quindi si deve scegliere, assumendosi la responsabilità di ciò che si sceglie. Fondamentalmente i responsabili scelgono quello che a loro piace.

Questa casa editrice attua un'editoria che viene definita dai suoi fondatori "di ricerca", cioè volta a valorizzare autori non solo locali, ma anche nazionali, che non sono noti al grande pubblico.

Il successo

La casa editrice ha il suo mercato soprattutto in Sardegna, ma anche nelle principali città italiane in cui sono presenti comunità sarde (Milano, Torino, Roma). Giudica fondamentale, inoltre, è l'opera di *librai indipendenti*, che hanno il coraggio di proporre autori nuovi, che vanno a cercare nelle piccole case editrici, come per l'appunto Il Maestrale.

La società ha due aspetti: da un lato la libreria e dall'altro la casa editrice composta dal responsabile con due redattori e una giovane addetta stampa. I numeri di vendita sono relativi. Questa casa editrice non ne fa di eccezionali, ma ha ottenuto ottime recensioni in Italia e anche all'estero, come ad esempio in Francia. Lavora molto con il passa-parola. L'ambizione sarebbe ovviamente quella di crescere, ma in un campo come quello dell'editoria è sempre in agguato l'imprevedibile, si spera di crescere come impresa e poi di riuscire a reggere. Tutti i guadagni vengono reinvestiti nella casa editrice.

Nuovi autori lanciati sono stati Sergio Arzeni, Salvatore Satta, Marcello Fois, Alessandro De Roma, Elias Mandreu, Patrick Chamoiseau.

I classici che sono stati riproposti sono quelli che vengono richiesti maggiormente dai lettori, ad esempio *Padre padrone* di Gavino Ledda o *Paese d'ombre* di Giuseppe Dessì; anche in questo caso comunque si ripubblica solo ciò che gli editori ritengono veramente bello e degno.



Un autore valorizzato dalla casa editrice è Franco Stelzer, il quale, impaziente nell'aspettare una risposta da Einaudi, ha proposto loro il suo *Matematici al sole*, che poi si è rivelato un successo editoriale.



L'ambizione è quella di crescere. L'editoria è un'impresa in cui l'imprevedibile esiste. Il fatto di fare *scouting* è sempre nella speranza anche di crescere come impresa.

Il libro come oggetto

Fin dalla sua costituzione la casa editrice ha cercato di identificarsi con il tascabile, quindi ha adottato dei prezzi contenuti (intorno ai dieci euro). Quando è passata alla produzione nazionale, si è resa conto che esistono delle leggi di mercato; la Rizzoli (a cui Il Maestrato si appoggia) ha imposto prezzi maggiori, perché non si possono supportare i costi di produzione con soli dieci euro. Di conseguenza si è passati ad una edizione più grande e ricercata.

L'editore consiglia

Sono stati suggeriti alcuni libri che hanno dato soddisfazione all'editore di critica e di vendite.

Nero riflesso e Dopo tutto di Elias Mandreu che è un collettivo di tre autori che propongono un giallo.



Vita e morte di Ludovico Lauter e Il primo passo nel bosco di Alessandro De Roma.



Una domenica in cella di Patrick Chamoiseau autore caraibico francofono della Martinica molto vicino allo spirito sardo perché è un isolano. È il suo primo libro in Italia tradotto da Sergio Atzeni che per loro è in assoluto uno degli autori più importanti della letteratura sarda.



Una scelta editoriale fortunata è stata quella suggerita da Marcello Fois, con cui la casa editrice ha creato un personaggio seriale (sulla scia del commissario Montalbano di Camilleri): è nato quindi *L'altro mondo* (edito insieme alla Casa Frassinelli); il protagonista è un personaggio realmente esistito, un avvocato degli inizi del '900 piuttosto famoso, autore di pregevoli poesie. Si chiama Bustianu. Il libro è un giallo, il protagonista "prende in mano la storia e la porta fino alla fine".



9. L'incubatore: Caravan Edizioni

a cura di Cecilia Dalla Torre e Massimo Pellegrini



CARAVAN EDIZIONI

Sede legale: Via Nizza, 59 - 00198 Roma

Sede operativa: Via di Pietralata, 157 - 00158 Roma

Tel. 06 96.84.70.61

www.caravanedizioni.it

Intervista a Marta Franchi, Roberta Vecchio, Serena Mai

La storia

“Non sappiamo ancora bene come andrà quest'avventura, stiamo imparando e scoprendo strada facendo”. Così afferma una delle fondatrici della casa editrice Caravan.

La casa editrice indipendente Caravan è stata fondata solo undici mesi fa (6 giugno 2009) da quattro ragazze romane; due di loro sono laureate in letteratura comparata, una ha frequentato il Dams e si è occupata di teatro, l'addetta stampa aveva fino ad ora lavorato nell'ambito dell'organizzazione di eventi cinematografici. Pur essendo molto giovani, hanno accumulato esperienza lavorando nell'editoria e con grande entusiasmo hanno affrontato questa nuova avventura editoriale.

La linea editoriale

La casa editrice si occupa di letteratura di viaggio e di letteratura di migrazione.

La conoscenza delle lingue permette alle responsabili di Caravan di selezionare anche testi stranieri particolarmente significativi per il loro progetto editoriale, che prevede lo sviluppo di tre collane: Bagaglio a mano, dedicata alla letteratura contemporanea di viaggio e migrazione occidentale; Valigia d'Oriente, dedicata alla narrativa asiatica (il primo autore è indo-pachistano, la prossima uscita sarà invece di un autore cinese); Quarta sponda, collana di saggistica, storie di vita, con autori che riferiscono in prima persona le loro esperienze.

Al momento i libri editi sono tre, uno per ogni collana. Il progetto prevede sei uscite annuali.

Il successo

La casa editrice è a tal punto agli esordi che non è possibile tracciare un bilancio della sua attività.

Il libro come oggetto

Vanto di Caravan è la produzione di libri esclusivamente in carta riciclata. La casa editrice è collegata a Greenpeace e fa parte del gruppo “Editori amici delle foreste”.

L'editore consiglia



La quarta sponda di Daniele Comberlati, il testo che dà il nome alla collana di saggistica. Raccoglie nove interviste a scrittrici in lingua italiana, ma provenienti da paesi africani ex colonie dell'Italia. Permette di affrontare il tema del colonialismo italiano, ancora poco esplorato ed analizzato, e soprattutto lo fa attraverso un punto di vista femminile.



Il nuvolo messaggero di Aamer Hussein, collana Valigia d'Oriente. Mehran Malik racconta la sua storia, che si intreccia con quella autobiografica dell'autore. Un romanzo postcoloniale in cui si mescolano la nostalgia perenne della propria terra e il forte desiderio di appartenenza ad un luogo.

Aspetti peculiari

Questa casa editrice si trova in una zona del Salone del libro di Torino che si chiama *Incubatore* dove per pochi quattrini si possono acquistare microstand per gli editori appena nati. Alle volte ce ne sono di interessanti come questo.

Parte seconda
Percorsi didattici



foto di Massimo Pellegrini



Come organizzare una visita al Salone del Libro di Torino

Rivolta alle classi seconde di un Istituto di Istruzione Superiore

Daniela Mannarini e Paola Sabato

PROGETTAZIONE

Obiettivi generali di contenuto e di atteggiamento:

- Riuscire ad “entrare” all’interno di un testo, assaporando il piacere della lettura.
- Potenziare le abilità del parlato e dello scritto attraverso l’uso di varie tipologie testuali.
- Potenziare negli studenti la capacità di fare ricerca.
- Essere protagonisti attivi del proprio apprendimento.
- Rinforzare la capacità di mettersi in gioco in attività di *cooperative learning*, interne alla scuola, e di laboratorio, esterne all’ambito scolastico.
- Sviluppare la capacità di assumere il punto di vista dell’altro.
- Sapersi relazionare con i compagni sia in contesto scolastico che in contesto extrascolastico.

Obiettivo specifico

- Ampliare i propri interessi di lettura attraverso l’incontro con il mondo dell’editoria.
- Accostarsi alle problematiche del mercato librario.
- Comprendere la differenza tra varie linee editoriali, tra letteratura di consumo e letteratura colta.

Prerequisiti

- Analizzare un testo narrativo.
- Redigere un articolo di giornale.
- Impostare un’intervista.
- Stendere una relazione.
- Ricercare informazioni in internet, anche attraverso un webquest.
- Prendere appunti.
- Schematizzare e operare dei confronti.

INDICAZIONI ORGANIZZATIVE PER IL DOCENTE

I quadrimestre

- Inquadramento del genere “romanzo”.
- Esercitazioni di lettura espressiva.
- I classici e i gusti dei giovani.
- Rilevazione, da parte degli alunni, delle case editrici presenti in due o tre librerie e/o ipermercati del territorio.
- Rapporto tra letteratura ed editoria, tra cultura e mercato: letteratura di nicchia (piccole case editrici) e di consumo (grandi case editrici).
- Il ruolo della “terza pagina” e delle recensioni sui quotidiani (eventuale attività *Quotidiano in classe* e primi contatti con la redazione di “Tutto libri” supplemento della “Stampa” di Torino).
- Accredimento della classe presso il sito del Salone del Libro.

II quadrimestre

- Presentazione e riflessione sul tema conduttore del Salone.
- Individuazione degli autori e delle letture (bibliografia Bookstock Salone).
- Assegnazione dei compiti ai vari gruppi (cooperative learning).
- Adesione alle attività proposte dal Salone per le scuole (*Playbook* – caccia al tesoro letteraria, *Adotta uno scrittore*, altro).

INDICAZIONI OPERATIVE

a) Preparazione all’uscita (lavoro di gruppo, 4-5 studenti)

1. al Salone del Libro

La classe

- prende visione del programma del Salone, sempre dal sito web, seleziona gli eventi a cui partecipare ed eventualmente si prenota (Incontri con autori, Ritratti di autori - scrittori, giornalisti e cantanti - Presentazione libri);
- redige una scheda di osservazione dell’oggetto libro, dal punto di vista grafico, da compilare nel corso della visita.

Ogni gruppo

- approfondisce un aspetto del tema conduttore del Salone, attraverso la lettura di uno o più testi (non necessariamente narrativi), elaborando una scheda di sintesi dell'argomento;
- osserva sul sito web la mappa del Salone e individua gli spazi attribuiti alle varie case editrici (piccole, medie e grandi) e alle varie iniziative, elaborando una scheda di sintesi;
- seleziona e "adotta" una casa editrice da conoscere più da vicino (recupero di informazioni da internet e attraverso il materiale fornito dall'insegnante), elaborando una scheda informativa;
- organizza e concorda con gli altri gruppi le attività da svolgere presso lo stand "adottato": intervista all'editore (ponendo attenzione alla storia della casa editrice, agli aspetti di mercato, alle scelte editoriali e chiedendo consigli per letture adatte ai ragazzi della loro età), osservazione dello stand stesso (es. arredamento), delle modalità di esposizione dell'oggetto libro e del pubblico presente.

2. alla redazione della "Stampa"

- L'insegnante propone ai vari gruppi un webquest sulla storia di alcune delle grandi testate italiane: Quando è nato il giornale? Le grandi firme ieri e oggi. La figura del critico letterario e del giornalista di cultura. La storia della "terza pagina". Qual è il rapporto tra la proprietà del giornale e la sua linea editoriale nell'ambito della cultura?
- A partire dai risultati emersi, scaturisce una riflessione in classe.
- La classe, attraverso un *brainstorming*, prepara l'intervista al redattore, che incontrerà durante la visita al giornale: Come si scelgono i libri da recensire? Avete contatti solo con grandi case editrici o anche medie e piccole? Chi scrive la recensione? Che ruolo ha la recensione sul mercato librario? In base a quali dati si stende una classifica dei libri maggiormente venduti?

b) Visita al salone (durata: due giorni)

- Attività dei singoli gruppi di osservazione e analisi degli stand scelti.
- Partecipazione ai laboratori (lettura, scrittura, radio e altro) proposti agli studenti dal Salone.
- Partecipazione agli eventi scelti (Incontri con autori, Ritratti di autori - scrittori, giornalisti, dj e cantanti - Presentazione di libri) prendendo appunti e annotando impressioni di tipo soggettivo sul personaggio e sull'evento stesso.

c) Visita alla redazione della stampa (durata: mezza giornata)

- La classe visita la redazione del giornale, fotografa gli spazi, pone domande al redattore e prende appunti.

RESTITUZIONE

La classe

- sulla base delle *interviste* effettuate, mette a confronto le varie case editrici incontrate compilando una *tabella comparativa*;
- sulla base dell'*intervista* al redattore, riflette sul rapporto tra le varie componenti del mercato librario.

Ogni gruppo

- elabora una *breve relazione* presentando alla classe il materiale raccolto e le impressioni ricevute;
- redige alcuni *articoli di giornale* relativi all'esperienza complessiva, destinati all'annuario o al sito della scuola.

VERIFICA E VALUTAZIONE

La verifica dei singoli prodotti finali avviene in base ai criteri di pertinenza, completezza e correttezza formale, ma la valutazione complessiva scaturisce soprattutto dall'osservazione degli studenti nel corso delle varie fasi dell'attività. In particolare il docente pone attenzione al grado di interesse e partecipazione dimostrati, nonché alla capacità di collaborare nel gruppo e ai contributi personali apportati dai singoli.

RISORSE

- antologia in adozione, bibliografia relativa al tema del Salone, letture di approfondimento fornite dall'insegnante;
- quotidiani ("terza pagina", recensioni librarie, supplementi e inserti);
- siti web del Salone del Libro, delle case editrici, degli scrittori e dei protagonisti del Salone stesso;
- esperto in lettura espressiva;

- incontro con uno scrittore;
- attività e laboratori proposti dal Salone alle scuole;
- incontro con il redattore di un quotidiano;
- librerie e/o ipermercati del territorio.

Come riflettere sullo stato dell'editoria contemporanea con l'aiuto di un libraio

Rivolto (preferibilmente) alle classi seconde di un Istituto di Istruzione Superiore

Claudia Ottaviani

“Il verbo leggere non sopporta l'imperativo”

D. Pennac

OBIETTIVI GENERALI

Quando un alunno dice: “Prof. questo libro mi è piaciuto!”, allora sai come insegnante che una piccola breccia si è insinuata, una finestra si è aperta, una prospettiva si è dispiegata. Ma Pennac ha ragione, il piacere del leggere e quello che comporta, in termini di conoscenza, innescare un interesse sincero verso qualcosa, non può mai essere un *diktat*, quindi solo attraverso un'ampia gamma di scelta e una graduale fiducia verso chi propone delle letture può iniziare una spontanea frequentazione letteraria perché, come dice E. Dickinson, “Nessun vascello c'è che come un libro possa portarci in contrade lontane...”

Quindi l'obiettivo più alto di questo percorso didattico è quello di motivare alla lettura.

OBIETTIVI SPECIFICI

In questo caso l'*input* avviene attraverso gli spazi di una libreria, attraverso il *contatto* con l'oggetto libro, la sua disposizione nello spazio, la sua fisicità. Una piccola occasione come questa può creare un *link* di idee e avviare un approccio non supino a un luogo, dove si possono fare incontri importanti.

Per tornare all'obiettivo più immediatamente verificabile e concreto: cosa ci aspettiamo da una visita in una libreria da parte di una classe?

Intanto vediamo cosa ci dice del suo lavoro un giovane libraio di una storica libreria di Trento.

PREREQUISITI

- costruire un'intervista

- prendere appunti
- ricostruire gli appunti presi in un testo organico
- redigere un articolo di giornale riguardante l'esperienza

PREPARARE IL TERRENO: UN ESEMPIO

Abbiamo scelto la libreria Disertori, una storica libreria, situata nel centro di Trento, dal 1920.

Parliamo di una possibile visita di una classe con il responsabile Mirko Bortolon, il quale ci racconta un po' il suo lavoro, il tipo di scelte che opera in merito ai libri che espone, la suddivisione degli spazi, il rapporto con la clientela.

Ci spiega Mirko: "Questa è una libreria indipendente, con una clientela molto affezionata che si è costituita negli anni e che ormai si "fida" di noi. Alla base c'è un'accurata selezione dei libri che proponiamo, anche in vista della nostra clientela specifica, che è costituita per lo più da lettori non occasionali."

Il cliente è "servito", consigliato, guidato. Questo *modus operandi* è agli antipodi rispetto a ciò che spesso succede nelle grandi catene, dove spesso il commesso si limita a ricercare la collocazione o la disponibilità del libro sul computer.

Per quanto riguarda la gestione degli spazi, la disposizione dei libri è suddivisa in questo modo:

- in generale la suddivisione è operata per casa editrice;
- suddivisione per argomento per quanto riguarda alcuni generi (ad es. giallo, filosofia-psicologia, manualistica);
- esiste una nutrita sezione specialistica: prima e seconda guerra mondiale, editoria di montagna, Trentino (suddiviso per valli).

Questa ultima parte è quella che, anche storicamente, ha determinato la specificità di questa libreria e le ha conferito un'identità ben definita.

La libreria non è molto grande ed è organizzata su due piani. Anche per ragioni di spazi, oltretutto di qualità, viene operata a monte una grande selezione. Ogni libraio è specializzato in un settore, Mirko si occupa soprattutto di letteratura di viaggio e di saggistica. Chiediamo quali libri consiglierrebbe a dei ragazzi di scuola superiore. Ecco i suoi consigli. Per quanto riguarda i classici: William Golding, *Il signore delle mosche*; George Orwell, *1984*. Per passare ai contemporanei, alcuni romanzi avvincenti con giovani protagonisti: Norman Ollestad, *Pazzo per la tempesta*; Jon Krakauer, *Nelle terre estreme*, da cui è stato tratto il film di Sean Penn, *Into the wild*; sull'essere giovane oggi a Gerusalemme, David Grossmann, *Qualcuno con cui correre* e infine il thriller di Don Winslow, *La pattuglia dell'alba*.

INDICAZIONI OPERATIVE

Ovviamente una visita alla libreria va concordata anticipatamente e la classe va preparata, facendola riflettere sul tipo di domande eventualmente da porre, enucleando vari punti su cui ragionare ad es. in merito a:

- il rapporto tra il libro e la sua disposizione nello spazio;
- i criteri di selezione dei libri;
- l'attenzione alla presenza delle varie case editrici anche di nicchia.

Quindi in base a questi nuclei, gli obiettivi di apprendimento potrebbero essere i seguenti:

- far comprendere il criterio che sta dietro alla suddivisione dei libri negli spazi;
- far riflettere sulle caratteristiche specifiche di alcune case editrici.

Il libraio potrà inoltre allestire una piccola rosa di libri consigliati suddivisi per casa editrice, dando spazio anche all'editoria più di nicchia.

VARIANTI E SVILUPPI

- Confrontare questa esperienza con un'eventuale altra visita a una libreria più grande;
- riproporre, attraverso una sorta di gioco virtuale, una piccola libreria in classe. La classe sarà divisa in piccoli gruppi (di circa quattro persone), ogni gruppo potrà curare una particolare sezione consigliando e proponendo dei libri conosciuti. Tali libri potranno esserci fisicamente (recuperati in biblioteca o a casa) o anche esserci "virtualmente" attraverso fotocopie di copertine e schede di libri.

VERIFICA E VALUTAZIONE

Per ipotizzare concretamente una prova di verifica, strutturata specificamente sulla visita alla libreria, si può pensare a un titolo di questo tipo: "Facendo riferimento alla visita alla libreria e consultando gli appunti presi, si costruiscano tre brevi testi che ripropongano l'evento, sotto forma di articolo di giornale, relazione, intervista." Questa verifica potrebbe durare due ore, ognuno di questi testi può essere valutato secondo i criteri usuali di pertinenza, completezza e correttezza formale. Natural-

mente si potrà anche pensare di far lavorare l'alunno su una sola di queste tipologie testuali.

Per quanto invece riguarda l'ultimo punto "la libreria in classe", potrebbe essere opportuna una valutazione orale, ogni piccolo gruppo che ha apprestato una sezione della libreria, illustrerà il criterio di scelta di libri e ne consiglierà alcuni ai compagni. Questo lavoro mette in gioco diverse abilità: la capacità organizzativa, lo spirito di collaborazione, la capacità di fare ricerca. Tutti parametri che si potranno tenere in considerazione in sede di valutazione. Per alcuni potrà anche essere anche da stimolo ad un lavoro creativo (sulla presentazione dei libri anche attraverso schede, fotocopie colorate delle copertine, interviste agli autori...).

La storia del libro: dal papiro alla tipografia

Rivolto (preferibilmente) alle classi di biennio di un Istituto di Istruzione Superiore

Mariachiara Florioli, Patrizia Rizzo e Laura Zambanini

“Il libro manoscritto è stato qualcosa di vivo prima di diventare, sugli scaffali delle nostre biblioteche, una materia morta, riservata all’uso dell’erudito. Ma è proprio vero che il libro manoscritto è cosa morta? Non rappresenta, al contrario, una materia sempre viva, che continua a far vivere l’umanità?”
Alphonse Dain, *Les manuscrits*, Paris, 1964

PRESENTAZIONE DEL PERCORSO

Il percorso didattico si articola in *tre moduli* che si possono realizzare anche singolarmente e prevedono lezioni frontali con esperti, attività laboratoriali e visite sul territorio. Di seguito si troveranno proposti secondo uno sviluppo cronologico:

- Dalle origini della scrittura al libro manoscritto.
- Un’avventura e un’arte: viaggio nella storia del libro dal XII al XIX secolo attraverso le collezioni della Biblioteca Comunale.
- La stampa.

OBIETTIVI

- Avvicinare i ragazzi alla storia della scrittura e del libro, a partire dai primi segni fino ad arrivare alla stampa, come via privilegiata per comprendere la società e la cultura.
- Analizzare il rapporto dell’uomo con la comunicazione scritta, sempre alle ricerca di supporti e forme di scrittura adatti all’espressione, alla memoria, alla comunicazione di un messaggio.
- Vedere e toccare alcuni materiali scrittori per rendere più coinvolgente e suggestiva la scoperta del libro antico.
- Avere una ricaduta anche in chiave di orientamento professionale visitando i luoghi di attività editoriale e di stampa, per orientare gli studenti nel vasto

panorama delle professioni dedicate alla valorizzazione, promozione e divulgazione del patrimonio culturale e del mondo dell'editoria.

DESTINATARI

Il percorso è pensato preferibilmente per studenti di classi seconde e terze di un istituto superiore che abbiano conoscenze relative ai seguenti argomenti del programma di storia:

- nascita della scrittura
- il monastero benedettino
- la rinascita carolingia
- l'espansione islamica
- le università

TEMPI DI REALIZZAZIONE

- II quadrimestre per le classi seconde
- I quadrimestre per le classi terze

• PRIMO MODULO: DALLE ORIGINI DELLA SCRITTURA AL LIBRO MANOSCRITTO

Gli incontri saranno tenuti dalla dott.ssa Adriana Paolini.

Laureata in lettere e dottoressa di ricerca in storia medievale, ha curato, per conto della Soprintendenza dei Beni librari e archivistici della Provincia autonoma di Trento, la catalogazione dei codici medievali conservati nelle biblioteche locali, pubblicata in due volumi nella collana "Biblioteche e archivi" della Società Internazionale per lo Studio del Medioevo Latino di Firenze. Dal 2002 lavora al progetto relativo al censimento, inventariazione e studio dei manoscritti moderni e contemporanei patrocinato dall'Istituto centrale per il catalogo unico (Ministero dei beni culturali). Ha un contratto di docenza presso la cattedra di Paleografia latina dell'Università di Trento e si occupa di didattica del manoscritto svolgendo corsi anche nelle scuole di ogni ordine e grado, e incontri per adulti.

Di seguito si trovano i possibili percorsi realizzabili sul tema del modulo: argomenti specifici, eventuali approfondimenti e adattamenti, attività laboratoriali, luo-

ghi, tempi (numero di incontri e durata) e costi delle lezioni sono da concordare con l'esperta in relazione alle esigenze didattiche e organizzative della classe interessata.

Alcuni di questi sono tenuti presso il Museo Diocesano Tridentino; per gli altri è possibile contattare direttamente la dott.ssa Paolini.

Attività presso il Museo Diocesano Tridentino

1. In viaggio alla scoperta del libro antico e dei misteri della scrittura

Cosa si conosce dei libri dell'antichità? Come si costruivano? Che strumenti venivano usati? E quali scritture? Il percorso mira alla conoscenza delle attività intellettuali e artigiane che preludevano all'allestimento di un libro nell'antichità e nel Medioevo al fine di far comprendere l'importanza della scrittura e del libro come mezzi di comunicazione e quali strumenti imprescindibili per la circolazione delle idee, nell'antichità così come ai nostri giorni. Il viaggio alla scoperta del libro e della scrittura avverrà attraverso la conoscenza delle diverse "forme" assunte dai libri e dalle scritture nel corso dei secoli.

Il percorso ha la durata minima di 2 ore e prevede una parte laboratoriale di scrittura con la penna d'oca.

2. I segreti dei libri e della scrittura

Proposta tematica che si sviluppa in almeno 5 incontri, durante i quali si alternano laboratori pratici e concettuali, per avvicinarsi al libro non solo come contenitore di opere e idee, ma anche come oggetto i cui singoli elementi sono stati pensati e realizzati per valorizzare il messaggio scritto, come accade anche oggi. Inoltre, attraverso l'analisi dei codici conservati presso il Museo Diocesano, sarà possibile imparare a "leggerli" anche come fonti storiche oltre che ammirarli per la loro unicità.

Tra le attività laboratoriali proposte: scrittura, con penna d'oca, con antichi caratteri; creazione di un documento con caratteristiche proprie dei codici medievali.

3. Parole a vista: scritture esposte nel Museo diocesano tridentino

Siamo circondati da significativi, artistici o semplicemente brutti esempi di quelle che vengono definite le scritture esposte. Li troviamo sui muri delle città, sulle navate delle chiese, sulle rocce delle nostre montagne: sono parole affisse come bandi, incise come epigrafi, colorate, tracciate dal potere che celebrava, amministrava e ordinava, oppure dal popolo che comunicava, protestava e sbeffeggiava, nell'antichità come ora.

In un percorso all'interno, e all'esterno, del Museo Diocesano Tridentino e del Duomo di Trento si potranno cercare e individuare i motivi delle scritte esposte qui presenti.

Per i percorsi tenuti dalla dott.ssa Paolini presso il Museo Diocesano Tridentino:
Museo Diocesano Tridentino
Piazza Duomo 18, Trento
Tel. 0461 234419
Fax. 0461 260133
www.museodiocesanotrentino.it
museodiocesano@iol.it

Attività presso istituti

1. Libri e scritte. Dai primi segni all'invenzione della stampa.

Si vorrebbe introdurre alla storia della scrittura e del libro manoscritto dall'età preistorica all'epoca medievale, affrontata mediante l'osservazione dei diversi supporti di scrittura, dell'attività di scrittori e lettori, attraverso i contenuti e all'interno del contesto culturale.

Eventuale attività di laboratorio: scrittura cuneiforme su tavolette d'argilla con lo stilo; costruzione di un foglio di papiro e scrittura con i geroglifici.

2. Liberi di scrivere. La scrittura dell'italiano

Si propone un incontro sulla scrittura a mano in italiano, dal Medioevo ai giorni nostri, vissuta nel tempo come una possibilità di emancipazione o di affermazione sociale, oppure come espressione intima della propria esistenza. Tra gli argomenti affrontati: il passaggio dal latino al volgare; la scrittura popolare; le scritte esposte, le scritte intime.

Le tematiche possono essere sviluppate anche in più incontri. Per venire incontro alle esigenze degli insegnanti è possibile modificare i percorsi con adattamenti e approfondimenti.

Per informazioni:
adriana.paolini66@gmail.com
Tel. 339.1909459

• **SECONDO MODULO: UN'AVVENTURA E UN'ARTE: VIAGGIO NELLA STORIA DEL LIBRO DAL XII AL XIX SECOLO ATTRAVERSO LE COLLEZIONI DELLA BIBLIOTECA COMUNALE**

“Un'avventura e un'arte” – così Gutenberg definì la sua invenzione, ad indicare l'avventura del pensiero e l'arte della sua trasmissione nel libro – è un itinerario che attraverso la presentazione di documenti originali, anche di particolare pregio, si snoda lungo le tappe più significative dell'evoluzione delle tecniche di produzione del libro, dal codice manoscritto sino alla ricca stagione tipografica settecentesca che precede l'avvento della stampa “industriale”.

In particolare saranno considerati:

- Le caratteristiche dei supporti (papiro, pergamena, carta)
- Gli strumenti scrittori
- Il codice: monastico, universitario, umanistico
- La struttura del libro (foglio, fascicolo, cucitura, legatura)
- L'impaginazione, la scrittura, i caratteri tipografici
- Il rapporto tra testo trasmesso e caratteristiche del libro
- Le illustrazioni (decorazione, miniatura, xilografia, incisione)
- Le caratteristiche della legatura
- Innovazione e continuità tra manoscritto e libro a stampa

L'attività, delle durata di due ore, si svolge nella Biblioteca Comunale di Trento (Sala Forzieri), via Roma 55.

Gli incontri saranno tenuti dalla dott.ssa Milena Bassoli.

Milena Bassoli si è laureata in Lettere moderne a Trento, discutendo una tesi sull'insegnamento della lingua italiana nella scuola elementare trentina nei secoli XVIII e XIX. Ha insegnato per qualche anno nelle scuole medie inferiori, quindi ha vinto una borsa di studio del Comune di Trento e ha iniziato ad occuparsi di editoria locale di *ancien regime*. Si è specializzata nella catalogazione dei libri antichi e, con la cooperativa Art Omnia, dal 1999 inizia a dedicarsi alla didattica del libro antico. Dal 2003 è bibliotecaria nelle sezioni di conservazione della Biblioteca comunale di Trento, dove si occupa della sezione libri antichi a stampa, dalla loro catalogazione alla loro valorizzazione, e della didattica del libro antico.

Per informazioni:

Tel. 0461 275540

milena.bassoli@biblio.infotn.it

Attività (anche di approfondimento interdisciplinare)

1. Storia della Biblioteca Comunale di Trento

- Le vicende della Biblioteca Comunale sono connesse con gli avvenimenti cruciali della storia del Principato vescovile, in particolare a partire dalla sua secolarizzazione nel 1803 ed il rapido alternarsi nei decenni successivi del governo austriaco, francese e bavarese. È interessante seguire l'arricchimento dell'antica prestigiosa Biblioteca Vescovile attraverso i lasciti dei conventi e le cospicue donazioni (Antonio Mezzetti e Roberto Bassetti, figure significative, al pari dei direttori, ad esempio Tommaso Gar e Francesco Ambrosi).
- Le collezioni dei vescovi: Federico Vanga, Giorgio di Lichtenstein, Johann Hinderbach, Ludovico Madruzzo, Bernardo Cles).
- Le biblioteche degli Ordini: Gesuiti, Somaschi, Agostiniani, Cappuccini, Carmelitani Scalzi.

Interessantissimi e ricchi di documentazioni sono i cataloghi delle mostre Bibliotheca Tridentina: *Libri trentini del XV e del XVI secolo nelle collezioni della Biblioteca Comunale. Dall'introduzione della stampa a Trento alla prima tipografia stabile in città* (20 ottobre – 25 novembre 2000) e *Per multa saecula conservati. Manoscritti e incunaboli della Biblioteca Comunale di Trento* (1 dicembre 2006 – 26 gennaio 2007, allestita in occasione del 150° anniversario dell'apertura al pubblico della Biblioteca)

2. La stampa a Trento: il vescovo Hinderbach e l'impiego della nuova invenzione nel caso del Simonino

- I monti di Pietà.
- La predicazione di Bernardino da Feltre.
- La comunità ebraica a Trento.
- La morte di Simone e il processo.
- La campagna di stampa per la promozione del culto: le xilografie di Albrecht Kunne (*Geschichte des zu Trient ermordeten Krittenkind*) e il *Liber Chronicarum di Hartmann Schedel*.
- Le tipografie trentine nel Cinquecento e in particolare la tipografia di Jacob Marcaria a Riva del Garda (v. catalogo della mostra *La comunità ebraica di Riva del Garda e la tipografia di Jacob Marcaria*, Castello del Buonconsiglio, 11 ottobre – 3 novembre 1991).

3. I libri proibiti: censura libraria e censura delle idee

La diffusione incontrollata della conoscenza è stata sempre e dovunque vissuta come una minaccia, per la morale e per il mantenimento dell'ordine costituito. L'organizzazione e la logica del controllo mutano radicalmente a seconda delle circostanze. Storicamente i naturali vettori della conoscenza furono i libri e da sempre troviamo iniziative distruttrici nei loro confronti.

Sicuramente però fu l'invenzione della stampa e la conseguente maggior diffusione dei testi a scatenare le reazioni di controllo più massicce.

Attraverso l'osservazione dei libri antichi della Biblioteca comunale di Trento si parlerà di:

- letteratura popolare e religione
- censura preventiva
- censura repressiva
- *imprimatur* e privilegi di stampa
- *Index librorum prohibitorum*
- la censura oggi

4. La miniatura e l'illustrazione libraria

L'arte della decorazione dei libri è stata usata fin dall'antichità, ma è con il manoscritto medievale che si raggiunge l'apice della fioritura della miniatura. L'illustrazione libraria continua a seguire il modello del libro manoscritto anche dopo la rivoluzione di Gutenberg e solamente in un secondo tempo se ne distacca e assume caratteristiche proprie.

Durante l'incontro verranno osservate da vicino e con l'ausilio di immagini proiettate alcune illustrazioni, lettere miniate, xilografie e calcografie delle collezioni della Biblioteca comunale di Trento. Verranno illustrate le diverse tecniche, il lavoro degli artigiani, gli strumenti scrittori, l'uso dei materiali, le differenti tipologie.

5. Visita guidata alla Biblioteca ed alle sue varie sezioni

Per informazioni (relative solo all'attività 5):
Tel. 0461 275535 (dott.ssa Mariapia Tessari)

• TERZO MODULO: LA STAMPA

Si prevedono visite guidate al Laboratorio didattico di arte grafica della Biblioteca civica di Rovereto e/o alle tipografie Esperia di Lavis e Mondadori di Cles.

Attività

1. Laboratorio didattico dell'arte grafica: le macchine da stampa

Biblioteca civica di Rovereto, nella sede del Palazzo dell'annona

È una sala espositivo-didattica dedicata al libro, alla sua storia, alla sua evoluzione nel corso dei secoli e alla sua valorizzazione. Attraverso pannelli espositivi si illustra l'evoluzione del processo di produzione del libro dall'antichità al medioevo e quindi dalla "rivoluzione" di Gutenberg alla stampa digitale. Le macchine da stampa esposte ricostruiscono l'ambiente di lavoro di una tipografia: dalla composizione a mano con i caratteri mobili all'uso di tecnologie sempre più evolute. Tali macchine erano in uso presso le "Arti Grafiche Manfrini" nella sede di Rovereto e successivamente esposte nella stabilimento di Calliano. Questo laboratorio ospiterà anche mostre temporanee dedicate a singoli aspetti dell'arte tipografica, nonché attività didattiche e iniziative connesse alla stampa e promozione del libro.

Per informazioni:

bibliotecacivica@comune.rovereto.tn.it

Tel. 0464 452500

Fax 0464 452 344

Dirigente del Servizio: dott. Gianmario Baldi

2. Tipografia Esperia

Attività della tipografia: altre stampe di arti grafiche, produzione e commercializzazione prodotti editoriali, produzione stampati per la grande e piccola e media impresa

Servizi offerti: servizio di progettazione grafica, stampa offset in formato 70x100, legatoria a livello industriale per finissaggio volumi.

Visita dello stabilimento a Lavis: durata 1 h

È sufficiente telefonare e prendere accordi per una visita: i tempi sono piuttosto rapidi.

Per informazioni:
Tipografia Esperia
Via Galilei 45 - 38015 Lavis (TN)
Tel. 0461 245540 - Fax. 0461 245537
www.esperia.tn.it
info@esperia.tn.it
Titolare: Gianni Cainelli

3. Tipografia Mondadori

Lo stabilimento di Cles appartiene alla società Mondadori Printing ed è nato nel 1974. È dotato di cinque linee di stampa e di altrettante linee di confezione; produce in un anno 80 milioni di libri; è governato da un sistema informatico che consente di seguire tutta la produzione, dalla pianificazione alla fatturazione

Visita dello stabilimento a Cles: durata 1,30 h
Periodo delle visite: da marzo a maggio

Per informazioni:
Contattare la segretaria (sig.ra Renata Turri)
Stabilimento Mondadori
Viale Alcide Degasperi 120 - 38023 Cles (TN)
Tel. 0463 601100
Direttore Domenico Fasoli

Comprendere i criteri editoriali per la scelta dei testi da pubblicare

Rivolta preferibilmente agli alunni di una classe terza di Scuola Superiore

Roberta Bernardi, Domenico Tirino e Daniela Zanetti

PREREQUISITI

- Conoscere gli elementi costitutivi del testo narrativo e della sua funzionalità.
- Saper riconoscere i principali generi letterari classici e attuali.
- Essere in grado di formulare un giudizio di valore su un testo in base a criteri oggettivabili.

OBIETTIVI

- Saper collocare un testo all'interno di un preciso genere letterario.
- Saper riconoscere la linea editoriale di una casa editrice o di una sua collana, attraverso l'esame comparato dei testi e del catalogo, degli elementi grafici, delle strategie di promozione.
- Saper adoperare criteri di giudizio di valore diversi da quelli del "lettore ingenuo": criteri editoriali (che tengono conto del mercato, dell'evoluzione del gusto, delle diverse caratteristiche dei target) e criteri estetici trascendenti dal gusto personale o generazionale.
- Saper co-costruire in gruppo, ragionando e mediando, scelte motivate con criteri oggettivabili.

PERCORSO GENERALE

1. Lezione introduttiva mista: frontale per contestualizzare la realtà dell'editoria italiana; dialogata per richiamare le conoscenze pregresse degli alunni sui diversi generi narrativi che verranno proposti e i principali elementi dell'analisi narratologica.
2. Lezione frontale: l'insegnante illustra alcuni criteri attraverso i quali gli editori scelgono i testi da pubblicare, sulla scorta dell'esperienza maturata al Salone del Libro di Torino, nel contatto diretto con gli editori.
3. Visita alla redazione di una casa editrice specializzata nella narrativa per ragazzi (fascia pre-teen). Nel corso dell'incontro la classe raccoglierà informa-

zioni sulle ragioni delle scelte editoriali, e in particolare sulle caratteristiche dei diversi generi narrativi, sui criteri per valutare la bellezza di un testo, sui criteri di valutazione commerciale.

4. Visita a una libreria specializzata nella narrativa per l'infanzia e l'adolescenza. Nel corso dell'incontro la classe raccoglierà informazioni sulle preferenze della clientela, giudizi del libraio sulla qualità della produzione editoriale corrente, valutazioni sulle ragioni del maggiore o minore successo di determinati titoli (a prescindere dal loro valore letterario), sulle ragioni della preferenza di certi *target* (femmine, maschi, adolescenti, pre-teen ecc.) per determinati generi narrativi.
5. Esame (via web) dei cataloghi di almeno cinque case editrici specializzate nella narrativa per ragazzi, con particolare attenzione: alla divisione in collane; all'eventuale differenziazione tra collane più "letterarie" e collane più "pop"; al diverso modo di presentare opere di valore sicuro (i classici) e opere di valore incerto (le novità); alla relazione tra le diverse collane e i diversi target, i diversi target e i diversi generi narrativi, i diversi generi narrativi e le diverse collane.

PRIMO PERCORSO SPECIFICO: I GENERI LETTERARI

1. Divisione della classe in gruppi eterogenei secondo la tecnica del *cooperative learning*. Attribuzione ai gruppi di alcuni testi narrativi anonimi, concepiti per un target pre-teen e ciascuno appartenente a uno dei generi letterari indicati dall'editore o dal libraio, o rinvenuti nei cataloghi delle case editrici.
2. Lettura in classe dei testi selezionati. Si prevede una verifica formativa orale volta a saggiare la comprensione.
3. Lezione partecipata: partendo dal riferimento ai testi, gli studenti individuano elementi motivati in base ai quali ciascuno dei testi analizzati potrebbe essere pubblicato presso una (o più) delle collane pubblicate da una (o più) delle case editrici prese in esame.

SECONDO PERCORSO SPECIFICO: IL GIUDIZIO DI VALORE

1. Divisione della classe in gruppi eterogenei secondo la tecnica del *cooperative learning*. Attribuzione ai gruppi di alcuni testi narrativi anonimi, appartenenti a uno stesso genere narrativo e di diversa qualità: almeno uno sia un

“capolavoro” del genere, e almeno uno sia un testo deliberatamente brutto compilato appositamente dall’insegnante (ad esempio, inserendo in un testo preesistente incongruenze o mancanze narrative, sciatterie lessicali, involuzioni sintattiche ecc.).

2. Lettura in classe dei testi selezionati. Si prevede una verifica formativa orale volta a saggiare la comprensione.
3. Lezione partecipata: partendo dal riferimento ai testi, gli studenti individuano elementi motivati per stabilire quale, tra i testi proposti, potrebbe essere ritenuto degno di pubblicazione; indicando eventualmente presso quale collana o casa editrice, tra quelle conosciute nel “percorso generale”.

VERIFICA

La verifica consisterà in una composizione scritta a carattere argomentativo in cui, dati due testi narrativi lo studente ne discuta la pubblicabilità, evidenziando i criteri utilizzati per determinarla.

Laboratorio: come progettare gli aspetti materiali della pubblicazione di un libro

Rivolto ad una classe seconda di un Istituto di Istruzione Superiore

Massimo Pellegrini, Roberta Romanato e Cecilia Dalla Torre

PROGETTAZIONE

Obiettivi specifici

- acquisizione di una *terminologia specifica* relativa all'ambito editoriale e tipografico (struttura e parti dell'oggetto libro);
- conoscenza dei *procedimenti tecnici* di realizzazione di un *libro* (stampa- rilegatura- parte grafica);
- conoscenza dei *processi* che portano alla scelta di una *copertina* (immagine- font- titolo) in relazione al testo ed alle esigenze di mercato;
- osservazione diretta dei processi realizzativi editoriali e materiali attraverso il colloquio con *specialisti editoriali* (un editore e la visita ad una grafica- tipografia);
- conoscenza degli elementi base di impostazione *grafica*, che tenga conto delle tecniche di comunicazione pubblicitaria;
- applicazione delle conoscenze acquisite nella *progettazione e realizzazione* di una possibile copertina in forma autonoma e ragionata;
- saper analizzare un testo per individuarne un appropriato *apparato iconografico* che lo rappresenti;
- saper presentare in modo esaustivo, ma anche accattivante la trama di un testo, dopo averne individuato i nuclei contenutistici fondamentali, per realizzare le bandelle di una eventuale copertina;
- riflessione sugli elementi che legano testo ad immagine (colore, grafica, carta)
- riflessione sui *meccanismi persuasivi* dell'immagine utilizzata a fini commerciali – pubblicitari;
- sviluppare la capacità di confronto e di lavoro in gruppo.

Prerequisiti

- saper ricavare da un testo narrativo nuclei tematici fondamentali;
- saper riassumere la trama di un testo;

- saper prendere appunti;
- saper ricercare informazioni in internet;
- per la parte grafica (cfr. contributo del docente di disegno).

INDICAZIONI ORGANIZZATIVE PER IL DOCENTE

- I quadrimestre: la teoria
- II quadrimestre: la pratica

a) La teoria

A1-Il vocabolario tecnico

• Le parti del libro (nomenclatura tecnica)

Copertina

Di norma i fascicoli che costituiscono il libro vengono tenuti insieme da un involucro detto “coperta” o “copertina”.

Nata con funzioni prettamente pratiche, quali la protezione del blocco delle carte e il permetterne la consultabilità, la coperta assume nel tempo funzioni e significati diversi, non ultimo quello estetico. Nel XIX secolo, in particolare, essa acquista una prevalente funzione promozionale e comincia ad essere realizzata in cartonato, preferito per economicità, robustezza e resa del colore al punto che ancora oggi costituisce il tratto caratteristico delle edizioni maggiori.

In una moderna *copertina* si possono distinguere:

- *Piatto*, uno dei due cartoni che costituiscono la copertina.
- *Prima di copertina* o “piatto superiore”, la prima faccia della copertina di un libro, che di norma riporta le indicazioni di titolo e autore.
- *Quarta di copertina* o “piatto inferiore” l’ultima faccia, usata oggi a scopo promozionale attraverso note sull’opera e sull’autore.
- *Dorso* o “costa” o “costola” del libro, la parte della copertina che copre e protegge le pieghe dei fascicoli, visibile quando il volume è posto di taglio (ad esempio su una scaffalatura). Riporta solitamente titolo, autore e editore del libro.
- *Sovraccoperta*, che riveste in genere i libri con copertina cartonata. In tal caso, è sulla parte esterna di quest’ultima (oltre che sulle due *alette* della medesima) che vengono riportati tutti i dati relativi all’opera, mentre il dorso della copertina ne riporta solamente quelli essenziali.

- Le “*alette*” o “*bandelle*” sono i risguardi della “sovraccoperta” dove viene solitamente stampata una biografia essenziale dell’autore e una succinta introduzione al testo.

Occhiello

L’“occhiello” o “occhietto” è la pagina col titolo dell’opera che precede il frontespizio e, per estensione, tutta la pagina che lo riporta e le pagine bianche che lo precedono. Nei libri suddivisi in più parti, si possono avere occhielli intermedi.

Frontespizio

Il “frontespizio” è la pagina, di solito all’inizio della pubblicazione, che presenta le informazioni più complete sul volume

Colophon

Il “colophon”, che può seguire il “frontespizio” o chiudere il volume, riporta le informazioni essenziali sullo stampatore e sul luogo e la data di stampa..

Carte di guardia

Nel libro antico le “carte di guardia” o “guardie” o “sguardie” sono delle carte che, poste a protezione delle prime pagine stampate o manoscritte che compongono il blocco del testo, introducono materialmente al volume. Riconoscibili per essere realizzate con carta differente da quella dell’interno del volume, possono essere in numero variabile a seconda della struttura che il legatore ha dato loro, e che in genere differisce per ogni tipo di legatura. Si dice “*controguardia*” la carta che viene incollata sul “*contropiatto*” (la parte interna del “piatto”), che permette il definitivo ancoraggio della coperta al blocco del testo.

Nel libro moderno è di norma la garza che unisce i fascicoli alla copertina che viene coperta da fogli di carta bianca o colorata, detti “*sguardie*” che danno unità estetica al volume vero e proprio.

• La carta: grammatura, grana, tipi

Il termine grammatura è un lemma tecnico usato nel campo della tipografia e, in generale, del settore della produzione e del consumo della carta e dei suoi derivati.

Esso rappresenta, in modo semplicistico, la “consistenza” del foglio di carta, ma non va confusa con lo “spessore” del foglio, anche se di fatto una carta di grammatura superiore avrà tendenzialmente uno spessore superiore. Tecnicamente la grammatura viene definita come “*il peso di un foglio di carta di un metro quadro di superficie*”. Per fare un esempio concreto, la normale carta per fotocopia ha una grammatura 80.

Se pesassimo un foglio di questa carta grande un metro quadrato, infatti, esso peserebbe 80 grammi.

Carte di pari grammatura possono, in realtà, avere consistenza ed aspetti diversi. Fondamentali, infatti, per definire queste caratteristiche, sono la presenza maggiore o minore di fibra di legno, nonché la lavorazione, che, a parità di “peso”, potrà dare al foglio di carta uno spessore inferiore, con maggiore densità, oppure uno spessore maggiore con densità minore. Particolari sostanze aggiunte nell’impasto da parte della cartiera possono, inoltre, modificare ulteriormente la consistenza del foglio di carta.

A seconda della grammatura la carta può essere classificata in almeno 25 tipologie diverse.

Per *grana* si intende la direzione di orientamento delle fibre contenute nella carta.

• I colori: il Pantone Matching System

Il sistema Pantone è stato messo a punto negli anni cinquanta per poter classificare i colori e “tradurli” nel sistema di stampa a quadricromia CMYK (ciano, magenta, giallo e nero); così semplicemente grazie a un codice, grazie ad una sorta di libro denominato in italiano “*mazzetta*” è possibile “sfogliare” i colori e selezionarli. Tale codice è composto da due campi: nel primo può essere presente una parola (ad esempio “RED” - rosso-) o un numero di due cifre dove i primi due numeri si riferiscono alla famiglia di appartenenza (es. 18 per la famiglia dei Rossi).

Ecco presa come esempio la bandiera italiana “tradotta” in codice Pantone: (17-6153) o Fern Green; (11-0601) o Bright White; (18-1662) o Scarlet Red.

Attualmente ai 1144 colori standard denominati PMS (*pantone matching system*) sono stati aggiunti dal 5 settembre 2007 altri 2000 colori denominati GOE. La parola Goe non è un acronimo e non ha alcun significato.

• Le tecniche di stampa

Nella metà degli anni Settanta erano in uso tutte le maggiori tecnologie tipografiche, ed i loro tipi di carattere, dal processo originale in pressa di Johann Gutenberg, alle composizioni meccaniche in metallo, fotocompositrici manuali, fotocompositrici controllate da elaboratori elettronici e le prime composizioni digitali (macchine massicce con piccoli processori ed uscita su video a tubo catodico). Dalla metà degli anni Ottanta, data l’avanzata della tipografia digitale, è stata universalmente adottata la *grafia americana font*, che oggi quasi sempre indica un file contenente le sagome scalabili dei caratteri (*font digitali*), generalmente in un qualche formato comune. I progettisti di alcuni tipi di carattere, come il Microsoft Verdana, hanno ottimizzato il prodotto principalmente per l’uso su schermo.

Il *tipo di carattere* o *font* è un insieme di caratteri tipografici caratterizzati e accomunati da un certo stile grafico. Un tipo di carattere di solito contiene un vario numero di singoli simboli, detti *glifi*, quali lettere, numeri, segni di punteggiatura, note musicali, segni geografici, icone, disegni ed altro ancora.

I singoli tipi di carattere si distinguono per una serie di caratteristiche (dimensioni, apertura, *crenatura*, peso, *grazie*, proporzionalità) e si possono raggruppare in *famiglie* (gotico, con grazie, senza grazie, informali, ecc.)

• La rilegatura

Legatura con coperta rigida

Le coperte rigide sono oggi realizzate con sistemi meccanici che le producono in serie. Questa tipologia di legatura definita pure *coperta a cartella* ha origine in area tedesca nel tardo XVIII secolo. La coperta è costituita da una tela particolarmente trattata oppure da una spessa carta decorata montata su una struttura composta di tre pezzi (*quadranti e dorsetto*) in cartone eventualmente uniti fra di loro tramite un foglio di carta o una striscia di tela.

In alcuni casi, a causa del prezzo dei materiali, alla tela o alla carta della coperta è stato sostituito il cuoio, spesso di origine bovina. L'uso di tale materiale fu spesso limitato al solo dorso e agli angoli lasciando il resto della coperta (le parti che coprivano i quadranti di cartone) in tela o in carta.

I sistemi di legatura dei fascicoli possono essere di diverso tipo:

1. Il *sopraggitto* e l'*impuntura* sono tecniche che consistono nella perforazione dei fogli (sciolti o in fascicoli) e nel passaggio di un filo di cucitura attraverso lo spessore del corpo del libro senza passare per il dorso dei fogli (nel caso del *sopraggitto*) oppure passandovi (*impuntura*). Successivamente la coperta a cartella è incollata alle carte di guardia. Con questo sistema sono generalmente legate le tesi di laurea.
2. La *cucitura* (a mano o meccanica) consiste nel passaggio, alla piega del fascicolo, di un filo che trattiene i fogli. La cucitura viene consolidata con un adesivo, spesso di tipo vinilico. Successivamente la coperta a cartella è incollata alle carte di guardia. Questo sistema è utilizzato raramente perché costoso e di alta qualità. Di solito è usato per i libri scolastici o per le edizioni di lusso.
3. La *perfect binding* o legatura adesiva a doppio ventaglio può anch'essa essere realizzata a mano o a macchina. In questa tipologia non esistono fascicoli ma solo fogli sciolti. Dopo aver bloccato il corpo del libro i fogli sono inclinati a destra e a sinistra mentre il dorso è coperto di adesivo. Il movimento

permette la penetrazione della colla per alcuni millimetri. Successivamente la coperta a cartella è incollata alle carte di guardia. Si tratta di un sistema estremamente economico ma di bassa qualità e durevolezza.

Negli esemplari realizzati fino agli anni '50 di solito i fascicoli furono cuciti (a mano o a macchina), ma in seguito prevalse la tipologia della “*perfect binding*”.

A2-Dall'idea alla copertina

Questa parte del percorso prevede l'*analisi teorica* dei procedimenti che portano alla realizzazione dell'oggetto - libro (formato, font, legatura) e in particolare alla progettazione- realizzazione della copertina in tutte le sue componenti iconiche e verbali. Dovremo perciò conoscere:

- Le persone responsabili
- I luoghi deputati ove si svolge questo processo
- Le procedure da attivare

I *soggetti* coinvolti in questa fase possono essere molteplici.

L'*editore* –specie se di una piccola casa editrice - può occuparsi direttamente delle scelte sia del *formato* dei libri delle proprie collane (generalmente il formato meno costoso e più commerciale è il 12x17cm, sostituito da altri formati nelle edizioni di prestigio), sia della *tipologia dei caratteri tipografici* (i *font*: legata spesso anch'essa al contenuto della collana), del tipo di *rilegatura* e di *carta* (più o meno preziosa a seconda dell'impasto); può altresì scegliere come realizzare la *copertina* dei suoi libri, concordando il titolo del testo con l'autore.

In tali operazioni l'editore può essere affiancato da un *grafico* (generalmente esperto di Photoshop, abile nella scelta dei colori in base ai loro particolari effetti comunicativi) o da un'*agenzia di Comunicazione*, che provvederà a scegliere l'*impaginazione*, il *font* (esiste persino la figura del “*letterista*”, che sceglie o addirittura crea nuovi caratteri), l'*immagine di copertina* che potrà essere una fotografia o un'illustrazione creata ex novo da un grafico. Per quanto concerne la parte verbale della copertina (bandelle contenenti l'*abstract* e la biografia dell'autore), anch'essa fondamentale nella promozione di un testo, spesso è lo stesso *autore* a fornirne una prima stesura, rivista e concordata poi con l'*editore*, con il *direttore - responsabile della collana* (qualora sia presente) o *direttamente con l'editor del testo*. In alcuni casi le Case Editrici si affidano ad *Agenzie di servizi per l'editoria*, che curano anche questo aspetto. Nella successiva fase di realizzazione sarà poi necessario spiegare il lavoro della *tipografia*

(impaginazione e montaggio – realizzazione della bozza cianografica – stampa del testo) e quello della *legatoria* (cfr. diversi tipi di rilegatura par. A1).

Nella progettazione della *copertina* si analizzeranno in particolare:

- la scelta dell'*immagine*: fotografia (selezionata in un ampio campionario) o illustrazione, che deve costituire una sorta di “centro emozionale” capace di comunicare il messaggio del testo, focalizzato nell'*abstract* delle bandelle;
- il *formato* dell'immagine: a tutta pagina, in un riquadro, a più riquadri;
- l'*idea* di copertina come “avviso pubblicitario” del testo, legata quindi ad un'esigenza commerciale, come link che invogli alla lettura della trama del testo;
- il *titolo*: tipologie di titoli, legame titolo – testo, lunghezza del titolo e suo carattere evocativo;
- la collocazione e caratterizzazione della *presentazione* (nella bandelle -in IV di copertina), contenente la trama del testo, le note biografiche dell'autore e spesso nella IV una citazione significativa (la cui scelta dovrà essere accuratamente valutata, dovendo riflettere il *o uno dei messaggi costitutivi* dell'opera). L'*abstract* dovrà essere breve, ma completo (senza però svelare troppo del testo, lasciando spazio alla fantasia del possibile lettore) e soprattutto incisivo, catturare cioè l'attenzione, incuriosendolo e spingendo per così dire “a proseguire la lettura del testo” con l'acquisto dello stesso.

• Metodologie

- Lezioni teoriche frontali (storia della tipografia, della legatoria, storia della carta e sua produzione, figure professionali all'interno di una casa editrice e di una tipografia).
- Osservazione di campioni di carta, caratteri, rilegature, copertine, cataloghi di colori (*pantoni*).
- Lettura e riflessione sui contributi forniti dagli editori (cfr. A3).
- Esempi di presentazioni di romanzi famosi e analisi dei criteri di composizione e delle finalità sottese.

A3-Quale copertina per quale messaggio ?

Specie i piccoli editori hanno necessita di visibilità e distinzione all'interno di un mercato editoriale dominato dalle grandi case editrici con un *brand* ormai afferma-

to e subito riconoscibile. È da loro, in molti casi fondate e guidate da giovani, che provengono i suggerimenti più interessanti su come veicolare un preciso messaggio tramite la caratterizzazione grafica.

MERIDIANO ZERO

Per quanto riguarda la scelta della copertina Vicentini -il fondatore della casa editrice- segue il suo gusto personale, che ha visto un'evoluzione crescente ma che ha sempre tenuto conto, però, sia di *istanze* commerciali (l'opportunità di memorizzare il marchio) che della dimensione puramente *estetica*.

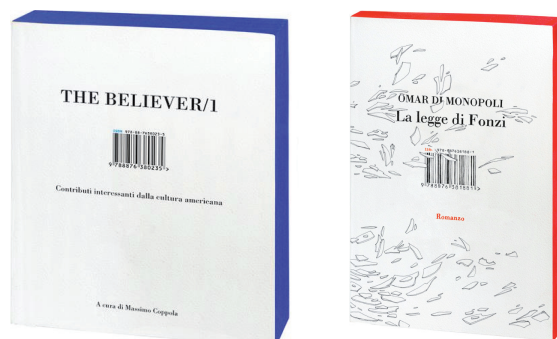


Mostra come esempio di raggiunto equilibrio di questa duplice esigenza la copertina di de *Il seme della colpa* di Christian Lehmann che rappresenta il senso del libro: un'immagine che dà un'idea di sospensione e di attesa. Infatti, secondo lui, il senso del noir non è sangue, azione e pallottole, ma angoscia, attesa e destino ineluttabile.

ISBN

ISBN Edizioni è una casa editrice italiana con sede a Milano, fondata nel 2004. Dal 2004 al 2008 è stata un marchio della storica casa editrice milanese Il Saggiatore. A partire dall'inizio del 2009 ISBN è diventata una casa editrice indipendente, diretta da Massimo Coppola. I titoli pubblicati sono circa 40 all'anno, tra narrativa, saggistica, varia e una collana dedicata al Novecento italiano.

Sin dalla prima pubblicazione, la casa editrice si è caratterizzata per la *grafica* originale e alternativa: caratteristica principale della maggior parte dei libri, infatti, è il colore della copertina bianco, la costa colorata (di rosso, giallo o blu) con la presenza, in bella vista, del codice a barre (da qui il nome *Isbn*).



MINIMUM FAX

La casa editrice Minimum fax, era stata fondata nel 1994 da ragazzi venticinquenni, è naturale che l'immagine iniziale voleva essere espressione del mondo giovanile da cui provenivano.

Oggi i fondatori sono poco più che quarantenni e anche la linea editoriale sta prendendo una fisionomia più "adulta". La *grafica* di Minumum fax è rimasta tuttavia molto colorata e i colori usati, molto accesi, utilizzano la gamma grafica dei *pantoni*. Questo serve a rendere i libri riconoscibili in sé dal punto di vista grafico e a rendere riconoscibile la casa editrice come *atmosfera iconica*.



Per alcuni libri la piccola scheda di presentazione (nel linguaggio editoriale le cosiddette *righine*) - solitamente nelle *bandelle* - è posta in prima pagina. Una scheda più ampia è posta in quarta di copertina in quanto i libri di Minimum fax non hanno le *bandelle*. Questo è in linea con la politica editoriale della casa editrice che ha scelto di attuare una politica di prezzi molto contenuti, risparmiando sui cosiddetti *paratesti*. Anche il *font* è un tratto distintivo di una casa editrice, il carattere della Minimum fax è il *sabbon*.

SPARTACO

Il formato– La collana di saggistica originariamente aveva un taglio minimalista, molto discreto, che poi si è modificato nella grafica e soprattutto nei colori, grazie alla professionalità di Riccardo Farcinelli, che è uno dei più importanti grafici per quello che riguarda il mondo dell'editoria (responsabile di una delle collane di Einaudi), della cui collaborazione le edizioni Spartaco si sono sempre avvalse.

La casa editrice aveva scelto un *formato molto semplice* perché entrasse nella tasca del jeans: il libro doveva essere un compagno di tempo, quindi non un peso, non un ostacolo. Inoltre, volutamente, *il titolo era stato posto in alto*, perché rimanesse fuori della tasca e, quindi, potesse essere un modo per fare pubblicità.

Per la collana 'Dissensi' sono stati utilizzati, invece, a proposito della *grafica*, dei colori molto accesi e soprattutto già la copertina narra il contenuto del libro, 'parla', trasmette molto.

Per quanto riguarda il *colore*, per esempio, è statisticamente dimostrato che le *copertine gialle*, di qualsiasi libro, attirano di più e quindi sono più vendute.



La carta– Sempre all'inizio, per la copertina, era stata adoperata una *carta lucida*, poi si è passati alla *patinata*, che è molto più bella e di classe.

Anche la carta all'interno ha subito un'evoluzione: dapprima era *bianca*, poi, in seguito ad uno studio fatto, si sono resi conto che dopo una decina di pagine lette la vista si stancava e questo poteva essere un motivo di allontanamento del lettore dall'appassionarsi al libro. Oggi utilizzano, quindi, la *carta paglierina*, che meglio si sposa con il discorso della leggibilità. Infine sono passati all'utilizzo anche di *carta ecologica*.

CARAVAN

Vanto di *Caravan* è la produzione di libri *esclusivamente in carta riciclata*. La casa editrice è collegata a Greenpeace e fa parte del gruppo “Editori amici delle foreste”.

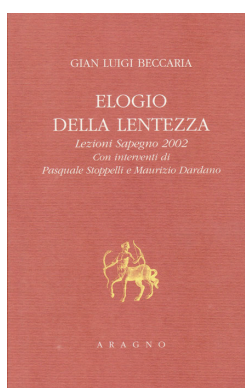


ARAGNO

Aragno è un autore in controtendenza: si stampa in proprio i libri, non ha uno stabilimento esterno, perché ritiene che sia bello anche stamparli, scegliere ad esempio la carta, le cuciture.

Allergico ad ogni esigenza di mercato sottolinea come il libro sia un prodotto artigianale, di nicchia, un *oggetto prezioso* e non di massa.

Anche la scelta grafica se volutamente poco accattivante - utilizza solo due colori - è esteticamente molto elegante e raffinata.



KELLER

L'editore in persona sceglie per i propri libri la veste tipografica, la tipologia delle copertine, il tipo di carta e di rilegatura. L'oggetto libro diviene così riconoscibile dai lettori, che si aspettano dalle piccole case editrici anche da un punto di vista formale un prodotto di qualità ed edizioni di prestigio. Le due collane hanno veste tipografica diversa e fissa. Libri che appartengono alla collana "Vie" nascono come libri eleganti legati ai canoni della "vecchia editoria" con una grafica minimale ed essenziale. La copertina è realizzata con un cartoncino marcato con trame, presenta le alette (costose, ma mantenute ugualmente dall'editore). L'immagine di copertina è una fotografia, inserita all'interno di un riquadro al centro della pagina ed applicata manualmente su ogni copia. La collana ha inoltre un formato originale 13x18, rispetto al consueto 12x17 meno costoso.



"Passi" ha invece una veste tipografica contemporanea, la copertina è realizzata in carta patinata con una copertura opacizzante. Presenta un'immagine a tutta pagina, il cui scopo è essere d'impatto.

L'editore afferma di impiegare anche un mese nella scelta dell'immagine da apporre in copertina e di aver visionato fino a cinquemila immagini. La scelta ha sempre un'attinenza con il contenuto del testo, ma deve anche attirare l'attenzione del possibile lettore.

Altro elemento importante per convincere all'acquisto di un testo è il titolo; spesso – afferma Keller – deve essere adattato alle esigenze del mercato italiano, mediando con l'autore.

Ad esempio il cambio di titolo rispetto all'originale del libro della Muller risponde all'esigenza di andare incontro alla diversa mentalità dei lettori: i titoli italiani *aprono nuovi mondi*. I titoli vincenti devono suggestionare e lasciare spazio alla fantasia del lettore, il lettore tedesco esige una maggiore aderenza alla realtà.

Per entrambe le collane Keller ha scelto una carta di qualità (molta cellulosa e fibre di cotone, niente impasto legno), prodotta dalla cartiera Fedrigoni di Arco; anche la rilegatura, operata dalla *Legatoria europea* è realizzata cucendo le pagine al dorso del testo e non solo incollando i singoli fogli.

Anche il carattere è originale: è un *Adobe Jenson* un antico carattere tipografico più raffinato dell'abituale *Garamond*.

b) La pratica

B1- Conosciamo dal vivo come nasce un libro (e una copertina)

- Visita a *La grafica* di Mori (*la grafica s.r.l.* - via Matteotti, 16 Mori (Tn) - 0464 917444 / 0464 917444 info@lagrafica.net)
- Visita alla *Legatoria Editoriale Europea Srl Unipersonale* - Vl. Giovanni Caproni, 17-38068 Rovereto tel: 0464 423654 - 0464 487085
- rudimenti dell'impaginazione manuale
- tecniche di montaggio
- montaggio del foglio di macchina (quarti- ottavi-sedicesimi- trentaduesimi)
- la bozza cianografica
- tecniche di stampa
- stampa su macchina piana, rotativa, litografica, rotocalco
- principi e tecniche della legatoria
- la rilegatura, la confezione, la plastificazione
- il valore estetico del carattere (*font*)
- marchio e logotipo
- come nasce uno stampato editoriale (dal formato alla gabbia)
- elementi di produzione e classificazione della carta

B2- Inventiamo una copertina (in collaborazione con il docente di disegno e storia dell'arte)

- Lettura di uno o più testi narrativi.
- Creazione di gruppi di lavoro composti da non più di 4 studenti ciascuno.
- *Brain storming* all'interno dei gruppi per confrontarsi su cosa dovrebbe comunicare la copertina e su cosa dovrebbe puntare la presentazione del libro nelle bandelle o nella IV di copertina.

- Divisione nel gruppo tra *grafici* (responsabili della la copertina) e *redattori-editori* (responsabili della presentazione) che devono lavorare in stretta sintonia.
- Creazione della *copertina* (giustificando le scelte: grafica font, colori, carta, dimensioni, ecc.).
- Creazione della *presentazione/abstract* del libro (chiarendo, in una relazione a parte, cosa si è voluto mettere in luce del testo e giustificando il perché di queste scelte).
- Presentazione del lavoro svolto dai diversi gruppi agli insegnanti e ai compagni, spiegando le motivazioni delle scelte effettuate sia nella parte visiva (immagini) sia nella parte di presentazione (bandelle).
- Se il lavoro si svolge su più classi parallele che hanno letto lo stesso libro alla fine sarebbe interessante sottoporre al giudizio incrociato i lavori grafico-letterari effettuati, stilando una graduatoria motivata.

VERIFICA E VALUTAZIONE

Verranno verificate e valutate:

- le conoscenze teoriche, storiche, procedurali e terminologiche fornite durante le lezioni in classe e durante le visite o i colloqui con gli esperti;
- l'attenzione e la partecipazione attiva alle visite sul territorio;
- i singoli prodotti finali che dovranno rispettare criteri di pertinenza, rispetto delle consegne, completezza e correttezza, creatività (in particolare nella parte grafica);
- grado di interesse e partecipazione dimostrate nelle diverse fasi dell'attività, nonché capacità di lavorare in gruppo, prestando attenzione ai contributi personali apportati dai singoli.

Esempi di *verifiche* sull'argomento:

vedi http://www.gutenberg2000.org/come_realizzare_una_copertina.pdf



Per concludere



foto di Massimo Pellegrini



Ebook

Stefano Lotti

“*Che fine farà l'e-book: tra libri di carta e applicazioni digitali*”. Con questo roboante titolo si annunciava, a livello pubblicitario, che l'e-book sarebbe stato il protagonista dell'edizione 2010 del Salone del Libro di Torino.

La ‘sorpresa’ dei visitatori del Salone è stata quella di vedere libri dovunque e gli e-books relegati a pochissimi stand e/o su manifesti e dépliants.

Certo: gli anni corrono (...*mala tempora currunt?*) e la tecnologia avanza a passi da gigante. Gli e-books cominciano a far capolino anche in Italia, pur non avendo ancora i numeri degli USA.

Ma che cosa sono esattamente gli ebooks? Forse è necessario qualche chiarimento.

Certamente il Salone del Libro ha dato una mano a sgombrare alcuni equivoci (...del resto se le case produttrici di questi aggeggi vogliono vendere devono pur farsi conoscere...).

In particolare prendiamo come fonte i pieghevoli di due case costruttrici di *ebook reader* (vale a dire il lettore di ebooks), cioè *www.ebuku.it* e *Samsung* e, ovviamente, wikipedia.

1. L'EBOOK

Spesso si tende a confondere “l'hardware (ovvero il lettore di ebook, l'ebook reader), con i contenuti (i file) che si possono leggere, propriamente *ebook*. L'idea di leggere direttamente da uno schermo senza sprecare carta non è nuova, già negli anni '70 si parlava di digitalizzare i libri, ma ai tempi mancava la tecnologia utile alla creazione dei lettori. Nei primi '80 è disponibile la prima enciclopedia totalmente digitalizzata, nel 2000 Stephen King decise di distribuire un suo romanzo, *Riding the bullet*, in formato esclusivamente digitale, realizzando ad oggi oltre mezzo milione di download.”¹

“Un *eBook* (anche chiamato *e-book* oppure *ebook*) o libro elettronico è un libro in formato elettronico (o meglio digitale). Si tratta quindi di un file consultabile su computer, telefonini di ultima generazione, palmari ed appositi lettori digitali.

Il termine deriva dalla contrazione delle parole inglesi *electronic book*, viene utilizzato per indicare la versione in digitale di una qualsiasi pubblicazione.”²

¹ Dal pieghevole di *www.ebuku.it* (Ginevra s.r.l.)

² <http://it.wikipedia.org/wiki/Ebook> (verificato il 27 luglio 2010).

L'enciclopedia on-line fa, inoltre, un'importante precisazione: "È errato confondere un qualunque documento in formato digitale con un eBook, dato che l'eBook non si limita a presentare la sostanza del documento cartaceo ma cerca anche di replicarne la forma, in modo da rendere la lettura il più possibile simile a quella che si avrebbe sfogliando le pagine di un libro. Da ciò deriva che tutte le azioni che in un normale libro cartaceo sono immediate e scontate, come ad esempio, lo scorrere le pagine o l'inserimento di un segnalibro possono essere emulate dal software del dispositivo di lettura. Il libro elettronico, nell'imitare quello cartaceo, approfitta ovviamente dei vantaggi offerti dalla sua natura digitale, che risiedono principalmente nelle possibilità di essere un ipertesto e inglobare elementi multimediali, e nella possibilità di utilizzare dizionari o vocabolari contestuali."³

2. L'EBOOK READER

"Malgrado un qualunque computer sia potenzialmente in grado di permettere la lettura di un eBook, si dovrebbe parlare di *eBook reading device* solo riferendosi a quei dispositivi dotati di caratteristiche tali da poter essere usati in maniera analoga a quella di un libro cartaceo.

Le caratteristiche essenziali che un *eBook reading device* dovrebbe avere sono:

- essere dotato di una fonte autonoma di energia
- avere dimensioni e peso simili a quelle di un libro cartaceo
- permettere la lettura in condizioni ambientali (illuminazione ecc.) simili a quelle in cui può essere letto un normale libro cartaceo"⁴

"Il vero punto dolente dei lettori di libri elettronici di prima generazione è lo *schermo*: i cristalli liquidi utilizzati affaticano l'occhio durante la lettura. Tutti coloro che utilizzano il computer sanno quanto sia fastidioso leggere dallo schermo, la luce affatica velocemente la vista e dopo qualche riga si decide di stampare la pagina. I nostri lettori, invece, utilizzano la tecnologia *e-paper* ed *e-ink*, permettendo una visualizzazione analoga alla carta stampata. Lo schermo non è illuminato e non emette luce. Al buio le pagine dei nostri lettori non sono visibili, e se volete leggere la sera al letto, occorre la classica e romantica lucina da clipper al lettore, come si fa per i libri di carta."⁵

³ *Ibidem.*

⁴ *Ibidem.*

⁵ Dal pieghevole di www.ebuku.it (Ginevra s.r.l.).

2.1. Portabilità e peso

La sfida, oltre che sulla leggibilità, si gioca ovviamente anche sulla portabilità: gli ebook reader garantiscono dimensioni ridotte (ma senza raggiungere quelle degli *smartphone* o dei dispositivi palmari, pratici, ma non per una lettura che sia tale) e un peso che si aggira attorno ai 300 grammi.

2.2. Consumo energetico

“Non emettendo luce, i consumi energetici sono ridotti al minimo e le batterie hanno oltre un mese di autonomia”⁶, mentre Samsung afferma che il suo apparecchio “non solo si accende e si spegne rapidamente, ma grazie alla modalità di ibernazione (con possibilità di impostazione da 5 a 30 minuti) potrai preservare la carica della batteria e continuare a leggere, scrivere e organizzare per ore e ore e ore”⁷: garanzia che nessun altro dispositivo portatile può garantire.

2.3. Interattività ‘da lettori’

Naturalmente questo tipo di tecnologia garantisce anche la possibilità di ‘personalizzare’ il proprio ebook: “Le note si scrivono a bordo pagina con la penna in dotazione, e se non vi ricordate in quale punto della vostra libreria, contenete anche 5000 testi, avete apposto una nota simile potete ricercarla semplicemente con la funzione “search”⁸. E Samsung ribadisce che il suo nuovo apparecchio “riproduce l’emozione senza tempo di scrivere direttamente sulla carta: ne sono garanzia il foglio protettivo dello schermo dalla consistenza simile a quella della carta e la penna a risonanza magnetica ottimizzata per la scrittura. Che tu voglia trascrivere degli appunti, segnarti un numero di telefono o fare uno schizzo. ti basterà prendere la penna e iniziare a scrivere, senza dover digitare dei comandi o premere dei tasti; inoltre, potrai anche fare delle annotazioni o aggiungere dei commenti su libri, giornali e fotografie, scrivendo su di essi e creando note simili ai memo adesivi. È semplice e spontaneo — lo hai fatto per anni — e oggi è diventato ancora più comodo.”⁹

⁶ *Ibidem.*

⁷ Dal pieghevole eBook Samsung E60.

⁸ Dal pieghevole di www.ebuks.it (Ginevra s.r.l.).

⁹ Dal pieghevole eBook Samsung E60.

3. L'EBOOK IN ITALIA

Il Salone del Libro è stato anche un'occasione per fare il punto della situazione dell'ebook in Italia: in base ai primi dati dell'indagine della NielsenBookScan emerge che il 7,5% degli intervistati dichiara di aver già comprato (o di accingersi a farlo) un e-book. Un altro 5,8% aspetta solo un maggior numero di titoli in italiano e un altro 2,8% la possibilità di leggersi sullo schermo dei best seller. Numeri per ora ancora lontani da quelli del mercato dei canali *trade* ma che indicano grandi potenzialità, anche in ambito italiano.

“I dati dell'Osservatorio (*Nielsen* per Osservatorio permanente sui contenuti digitali - marzo 2009) ci dicevano: Esiste un 10,0% che si dichiarava «sicuramente» disponibile a leggere contenuti funzionali (lavoro + studio) dallo schermo di un pc (o e-book; 4,0% telefonino). Un 5,0% che dichiarava altrettanto («sicuramente sì») per i romanzi e contenuti di svago. Indicazioni che vanno lette considerando la struttura che presenta sul nostro mercato l'offerta: in termini di volumi di vendita e-book readers, e di contenuti editoriali, gli effetti della comunicazione mediatica.”¹⁰. Inoltre l'evoluzione del mercato degli ebooks stima che, a fronte dei 1619 titoli del gennaio 2010, si arriverà ai quasi 5000 di dicembre¹¹.

4. EDIGITA: PRIMA PIATTAFORMA ITALIANA PER GLI EBOOKS

“Feltrinelli, Messaggerie Italiane con GeMS e RCS Libri annunciano la nascita del *progetto Edigita - Editoria Digitale Italiana*, la prima piattaforma digitale italiana dedicata esclusivamente alla distribuzione degli eBook, promossa da uno sforzo comune di tre fra i maggiori gruppi editoriali.

Il progetto Edigita, di fronte alla sfida globale della digitalizzazione, nasce dalla volontà degli editori promotori di unire e potenziare i propri sforzi nella conquista del mercato eBook e degli eBook Reader.

L'obiettivo è di realizzare *un'unica infrastruttura comune per la distribuzione online dei testi digitali* condividendo gli ingenti investimenti richiesti e offrendo nel contempo l'opportunità a tutti gli altri editori di accedere alla più ampia *repository* di titoli italiani. In questo modo si garantisce inoltre a chi si occupa da sempre di conte-

¹⁰ G. Peresson, *Chi vuol leggere sugli e-book? Aspettative e attese nella comunità del libro*. (Salone internazionale del libro di Torino).

¹¹ Ufficio studi Aie su dati Istat (aprile 2010).

nuti di mantenerne il controllo anche nelle modalità distributive e di vendita digitali restando protagonista di questa evoluzione.

Edigita si propone di mettere gli editori italiani in condizione di *offrire le proprie edizioni anche in formato eBook attraverso i più popolari device presenti e futuri*, mirando alla massima diffusione e fruizione del testo elettronico e agendo come fornitore di servizi sia per gli *e-retailers* italiani (ibs.it, LibreriaRizzoli.it e laFeltrinelli.it in primo luogo) che per i siti di e-commerce stranieri (come ad esempio Amazon.com o iBooks.com).

Più in dettaglio, Edigita si propone:

- a. *il raggiungimento del maggior numero di lettori possibili*, realizzando un'unica piattaforma di distribuzione digitale B2B in grado di servire tutte le librerie online italiane e straniere;
- b. *l'ampliamento del servizio ai lettori*, tramite una nutrita offerta di titoli in lingua italiana, proposti nei formati più diffusi (ePub e PDF);
- c. *la protezione dei diritti degli editori e degli autori tramite le funzionalità di DRM*, disponibili in opzioni differenziate secondo le necessità di ciascun editore;
- d. *la semplificazione dei processi amministrativi di editori e negozi on-line*, offrendo loro un ruolo di intermediazione amministrativa e non commerciale (saranno infatti i singoli editori a mantenere la relazione commerciale diretta con gli e-retailers);
- e. *l'accesso alla piattaforma a parità di condizioni per tutti gli editori italiani* che vorranno aderire, garantendo la gestione del catalogo degli eBook e offrendo servizi aggiuntivi quali consulenza, conversione ecc.;
- f. *il rispetto dell'autonomia degli editori*, che potranno usufruire dei servizi Edigita allo stesso titolo dei soci promotori, mantenendo la piena autonomia su qualsiasi tipo di politica commerciale (definizione dei prezzi, sconti ecc.)¹²

5. INTERVISTA DEL 12 MAGGIO 2010 A MAURO ZEBINI (AMMINISTRATORE DELEGATO DI IBS)¹³

Lebook può rappresentare una grande rivoluzione per la diffusione del pensiero scritto?

La grande rivoluzione che ha riavvicinato le persone sia alla scrittura che alla lettura è Internet. Prima attraverso le *email* che hanno riabituato tutti noi alla *comunicazione scritta*, che nel Novecento con l'avvento del telefono, sia era via via persa. Poi, con la proliferazione dei contenuti in rete, la gente ha cominciato a leggere *una quantità di pa-*

¹² <http://www.edigita.it/>

¹³ Tratta da <http://www.wuz.it/articolo-libri/4622/intervista-mauro-zerbini-ebook.html>

role notevolmente superiore a quella che leggeva in passato. Internet da una parte ha sostituito il tempo che veniva dedicato alla lettura dei quotidiani, dei periodici, degli stessi libri ma dall'altra parte ha introdotto nuovi contenuti. E qui si innesta il discorso della *lettura su device elettronici* che la rivoluzione di Internet si è portata dietro, il fatto cioè che la gente si sia abituata a leggere non più su una pagina cartacea ma su uno schermo.

A questo proposito, siamo abituati a leggere sul web testi brevi. Avremo delle difficoltà con gli ebook?

Credo che dipenda dai contesti. Se il lettore si trova in un contesto di ricerca di informazioni, di dati, deve risolvere un dubbio, approfondire un singolo tema, è chiaro che l'aspettativa che ha rispetto al testo fa la differenza. Se invece il lettore deve leggere un romanzo non gli sembrerà una sorpresa che il contenuto duri più di venti righe. Perché in questo caso è predisposto alla lettura. Come quando controlli le previsioni del tempo: ti aspetti di vedere le icone del sole o delle nuvolette sulla piantina della tua regione e di risolvere così la tua richiesta di informazioni. Non ti aspetti certo il bollettino completo e ufficiale dell'Aeronautica. Io credo quindi che sia un *problema di aspettative* e che non esista in assoluto una minore disponibilità indotta da Internet alla lettura di testi lunghi.

Come cambierà lo scenario editoriale? E che ruolo avranno i protagonisti? Penso ad esempio agli editori, grandi e piccoli, e agli autori...

I piccoli editori e i singoli autori avranno maggiori opportunità di diffusione delle loro opere. Ciò non vuol dire che le nuove opportunità si trasformeranno necessariamente in ricavi. In ogni caso anche per le edizioni elettroniche conterà la qualità editoriale dei prodotti. *Conterà la qualità del testo*. Un nuovo autore avrà qualche opportunità in più ma se scriverà un brutto libro serviranno a ben poco. *Il ruolo dell'editore come elemento di selezione* della qualità dei testi, di mediatore verso il pubblico dei testi stessi ovvero saperli presentare, spiegare, proporre, quindi un ruolo di comunicazione, di *marketing* continuerà a persistere.

Quindi non crede a possibili autoproduzioni degli autori...

Potranno esserci anche casi del genere ma tranne rare eccezioni quegli autori venderanno molto di meno che se avessero continuato a pubblicare i loro ebook con l'editore abituale. Abbiamo avuto degli esempi del genere anche nella musica. Penso per esempio al caso dei *Radiohead*. Tempo tre mesi, sono ritornati alla casa discografica. Perché il ruolo dell'editore, l'equivalente della casa discografica nella musica, è un ruolo insostituibile, perché è un ruolo di promozione, di distribuzione e diffusione e se vuoi, anche di *garanzia verso il pubblico*. Perché il marchio editoriale noto al

pubblico dà anche una garanzia sul testo che acquisti. Per esempio l'ebook dell'Enciclopedia Garzanti verrà percepito come un prodotto di valore superiore alla media. Poi, certo, è possibile che emergano nuovi soggetti in grado di coniugare una buona capacità di comunicazione a una buona qualità editoriale. Potranno nascere degli editori che si svilupperanno online nel mercato delle edizioni elettroniche ma i loro ebook dovranno essere stampati anche su carta. A mio parere dovranno fare anche gli editori tradizionali perché credo che il pubblico almeno per il primo periodo chiederà anche il libro su carta.

Esisterà sempre un corrispettivo su carta all'ebook?

Su certi tipi di prodotto potrà anche non esistere il corrispettivo su carta. Un esempio su tutti di un prodotto, che non è un ebook in senso stretto, ma rende bene l'idea, è rappresentato dall'atlante stradale. Tutti noi che abbiamo un navigatore in automobile, non ci portiamo più dietro l'atlante stradale. Ci sono settori in cui l'edizione elettronica sostituisce effettivamente quella cartacea nell'uso quotidiano. Ma nella maggior parte dei casi *sarà il contesto della lettura a rendere migliore la forma libro o la forma elettronica.*

L'ebook allargherà il numero di lettori?

Io credo di sì. Da quando esiste il formato digitale è indubbio che la gente ascolti più musica di quella che ascoltava prima. Se in passato ogni individuo ascoltava, proviamo a indovinare, mediamente tre canzoni al giorno oggi arriva ad ascoltarne sicuramente molte di più. Perché? Perché può persino portarsi la musica dietro quando corre. Può ascoltare canzoni sul computer mentre lavora. Naturalmente la musica si presta bene a questo discorso perché impegna solo l'orecchio. Il libro è più impegnativo. È più complicato leggere facendo *jogging*. Aumenteranno le occasioni e le possibilità di lettura. E soprattutto la disponibilità di un grande catalogo di titoli da leggere ovunque tu sia. Questa è la grande differenza. Esempio tipico. Sei in vacanza. Hai voglia di leggere un determinato libro, ma nei dintorni non c'è nessuna libreria dove acquistarlo. Se hai un ebook reader, te lo scarichi dalla rete e te lo leggi. Quindi credo che *verranno acquistati e letti più libri*. È uno strumento che dovrebbe allargare sia il numero dei lettori sia il numero dei testi che i lettori leggono proprio perché ne favorisce la disponibilità *in luoghi, in tempi e in modi che prima non esistevano.*

Una maggiore diffusione determinata anche da un minore costo dell'ebook rispetto al cartaceo?

Tutti ci aspettiamo che gli ebook costino meno, almeno il trenta per cento della versione cartacea.

Gli ebook usciranno in contemporanea alle edizioni cartacee o copieranno una situazione simile a quella dei film e dei dvd, con qualche mese di differenza uno dall'altro?

Io credo che saranno pubblicati contemporaneamente. Certamente ogni editore avrà la sua strategia, dettata dalla tipologia del testo o dall'autore.

Quale sarà il ruolo di IBS?

Lo stesso ruolo che assolve nella vendita dei libri fisici. IBS vuole offrire ai propri clienti *tutti gli ebook in commercio*, di qualunque argomento, di qualunque editore, grande o piccolo che sia. Questo è il nostro obiettivo. Si inizia con poche centinaia di titoli ma già tutti i più grandi gruppi editoriali hanno dichiarato di poter allargare il catalogo entro l'autunno. Quindi il prossimo, potrebbe essere *il Natale dell'ebook*. I lettori di ebook, gli *ebook reader*, saranno un oggetto da regalare con tutto ciò che ne consegue in termini di avvio di un mercato di libri in formato digitale. Da quel momento in poi sarà una cosa normale per gli editori rilasciare un libro sia nella forma cartacea che nella versione ebook. IBS è in contatto con i principali produttori di *ebook reader*. Nei prossimi mesi contiamo di offrire ai nostri clienti i migliori prodotti che verranno messi sul mercato dai grandi marchi di elettronica di consumo.

Quindi l'offerta di ebook reader sarà molteplice?

La novità di oggi è proprio questa. Gli *ebook reader* fino a qualche tempo fa erano oggetti di nicchia, creati da marchi poco noti. Fatto salvo il Kindle che Amazon appunto ha dovuto in qualche modo autoprodursi per poterlo vendere. Ora lo scenario cambia. Perché *i grandi marchi di elettronica* di consumo, a cominciare da *Samsung* che ospiteremo nel nostro stand al *Salone del Libro di Torino*, nei prossimi mesi usciranno tutti con il loro ebook reader.

Agli amanti della new technology si contrappongono i puristi, i fedelissimi del libro cartaceo. Cosa ne pensa?

L'*ebook reader* è un oggetto unico per chi ha esigenza di utilizzare dei testi senza portarsi in giro chili di carta. Non è da bollare come arretrato o negativo il comportamento di chi dice "io leggo solo libri di carta". Semplicemente si tratta di una persona alla quale l'ebook non dà nessun valore aggiunto. Non gli serve. È più che legittimo. Come nella musica. Se per esempio una persona non va mai a correre, o non ha bisogno di portare la propria musica con sé, cosa se ne fa di un iPod? Può tranquillamente continuare ad ascoltare i cd nel suo impianto stereo a casa, con una qualità anche migliore. In sostanza è un *problema di fruizione*.

Quindi ebook e libri cartacei coesisteranno...

Certamente. Magari ci saranno libri che uno inizia a leggere su carta durante la settimana, e poi continua a leggere sull'*e-reader* nel week end. Oppure come avviene per i dischi, ci saranno libri a cui uno attribuisce più valore e che quindi desidera possedere nel senso fisico. E magari ci sono titoli che uno legge solo per curiosità. Per esempio *l'instant book* tutto sommato ha poco senso che vada ad occupare tre centimetri della nostra libreria a casa. Mentre invece il nuovo romanzo di *Alessandro Baricco* può essere un libro che acquisto in formato digitale ma che ci tengo ad avere anche in formato cartaceo.

6. PER CONCLUDERE

“Quando apparvero i *primi testi su ebook* risultò probabilmente difficile distinguerli dalle pagine dei libri che si trovano in libreria, tanto il loro aspetto esteriore era simile a quello dei libri a stampa. Tuttavia, apparve ben presto chiaro che l'*e-book* rappresentava un profondo mutamento da molti punti di vista. Insieme al diverso modo di produrre il libro, cambiò il modo di trasmettere il pensiero mediante la scrittura. Cambiò il pubblico a cui il libro era destinato, i modi di pensare e di porsi nei confronti del libro. All'interno di questo complesso insieme di cambiamenti, il passaggio dal *pdf per la stampa, all'e-book* ha segnato anche un significativo mutamento del sistema di relazioni fra produttori, venditori e utilizzatori del libro”¹⁴

... che altro non è che la riscrittura di un testo di Giovanni Bonifati:

“Quando, intorno al 1450, in Europa apparvero i primi libri stampati risultò probabilmente difficile distinguerli dai libri manoscritti già in uso presso il pubblico dei lettori, tanto il loro aspetto esteriore era simile a quello dei libri manoscritti. Tuttavia, apparve ben presto chiaro che il libro stampato rappresentava un profondo mutamento da molti punti di vista. Insieme al diverso modo di produrre il libro, cambiò il modo di trasmettere il pensiero mediante la scrittura. Cambiò il pubblico a cui il libro era destinato, i modi di pensare e di porsi nei confronti del libro. All'interno di questo complesso insieme di cambiamenti, il passaggio dal libro manoscritto al libro stampato ha segnato anche un significativo mutamento del sistema di relazioni fra produttori, venditori e utilizzatori del libro”¹⁵.

¹⁴ G. Peresson, *Chi vuol leggere sugli e-book? Aspettative e attese nella comunità del libro*. (Salone internazionale del libro di Torino).

¹⁵ G. Bonifati, *Dal libro manoscritto al libro stampato. Sistemi di mercato a Bologna e a Firenze agli albori del capitalismo*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2008.

Ringraziamenti

In primo luogo vanno ringraziati gli insegnanti che hanno generosamente dedicato le loro energie a questa ricerca.

Un grazie di cuore va poi a Luigi Sansoni che con pazienza ha creato e fatto funzionare tutti gli strumenti informatici; a Luisa Mariech per la cura nel lavoro editoriale; e a tutto il personale amministrativo dell'IPRASE.