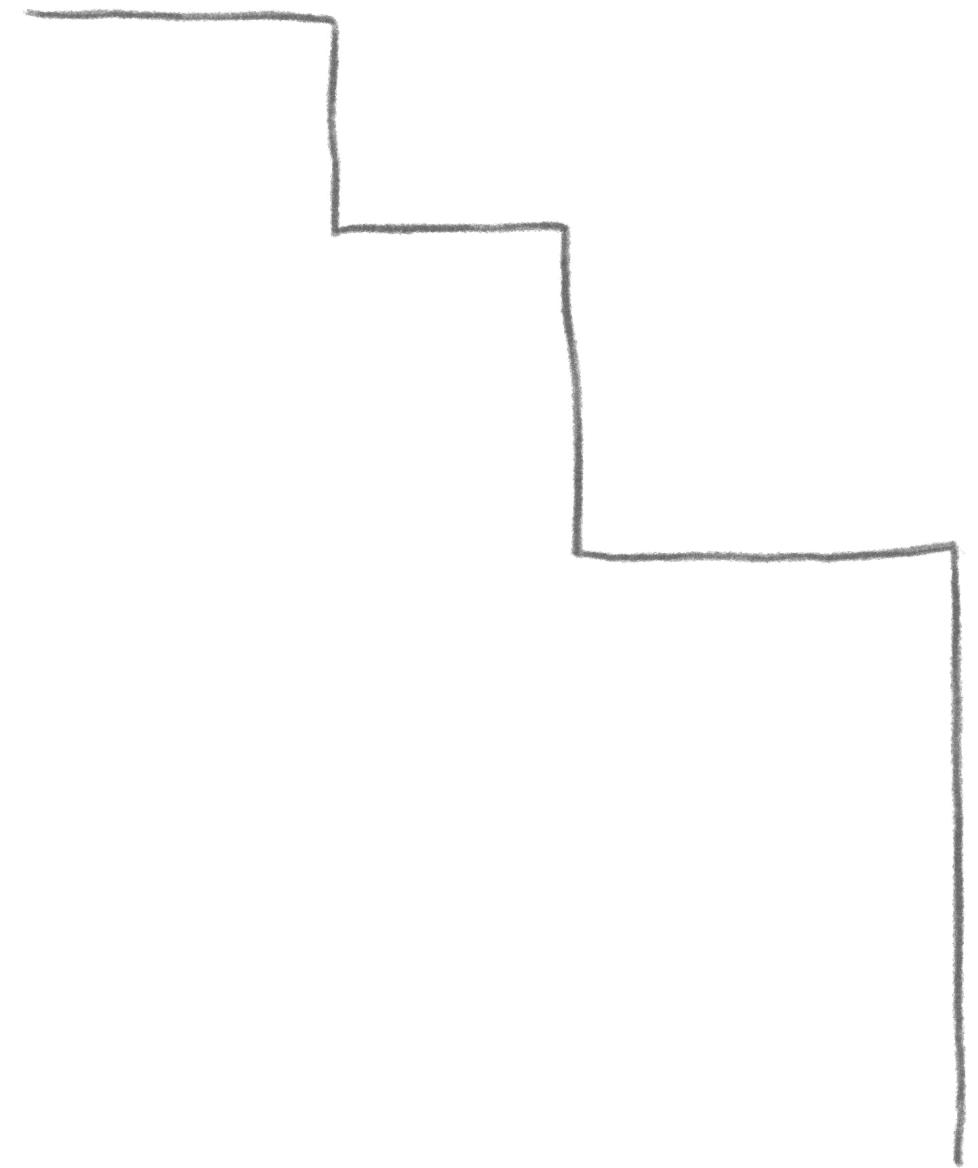


Fae Nu ff

Cura di un'antologia
di fiabe nel panorama
editoriale odierno.



Fae Nuff

Cura di un'antologia di fiabe nel
panorama editoriale odierno.



Politecnico di Torino
Tesi di laurea in **Design e Comunicazione**
Candidata: **Francesca Staffieri**
Relatore: **Davide Tomatis**
Co-relatore: **Davide Eucalipto**
Dicembre 2025

Indice

Abstract

I Pubblicare in epoca post digitale

I.1 COSA VUOL DIRE OGGI PUBBLICARE?

- Il circuito comunicativo
- L'influenza della rete sui contenuti
- Disintermediazione e atomizzazione

I.2 L'EBOOK E LA CARTA

- Il contenuto diventa liquido
- Cambiano i limiti del libro
- La sfida del Kindle
- Ciò che gli schermi ci hanno portato...
- ...e ciò che non possono essere
- Una convivenza pacifica

I.3 IL SELF-PUBLISHING

- Il self-publishing prima del digitale
- Il desktop publishing
- Il Print on Demand
- Cosa comporta l'autopubblicarsi?

I.4 IL RUOLO DELL'EDITORE

- Il contenuto: dai frame ai modelli
- I ruoli dell'editore contemporaneo: filtraggio e amplificazione

II Il valore dell'editoria indipendente

II.1 DEFINIRE L'INDIPENDENZA EDITORIALE

- Indipendenza, ma da cosa?

8

9

16

30

42

46

48

Il modus operandi dei gruppi editoriali
Politica e indipendenza: il caso Mondadori
Il capitale sociale

II.2 EFFETTI DEL MONOPOLIO DELLA GRANDE EDITORIA

- L'apparente diversificazione del mercato
- Le disparità in ambito distributivo

II.3 PERCHÉ TUTELARE GLI INDIPENDENTI?

- La bibliodiversità
- Associazioni a tutela degli indipendenti
- La curatela in primo piano
- Reti e comunità

54

58

66

III Tre piccoli editori

III.1 EDIZIONI GIANNATELLI

- La casa editrice
- Rapporto col territorio
- La cura editoriale
- Pubblicare nel mondo digitale

III.2 ZICZIC EDIZIONI

- La casa editrice
- I workshop e la collettività
- Collaborazioni e processo progettuale
- Il confronto con l'editoria classica
- Gli stampati come spazio

III.3 SCRITTURE & ZABAR

- La casa editrice
- La collana Scritture
- Le problematiche legate alla distribuzione

76

86

IV Fae Nuff

IV.1 STORYSTONES BOOKS	92
La (nascente) casa editrice	
Il rapporto con il territorio	
Piani futuri	
Di cosa tratta?	
Storia e influenze	
Linee guida progettuali	
IV.3 CASI STUDIO	104
Una Fiabetta (di Francesca Quagliano)	
Bartleby, lo scrivano (di Federico Trevisan e Angelo Greco)	
Bendyl The Boar (di Brooke Pathakis)	
Mù Book (di Studio Anonymous)	
Only The End (Nicholas Kucker Triana)	
IV.4 IL LIBRO	132
Concept	
Materiali e legatura	
Composizione tipografica e illustrazione	
Ottimizzazione dei costi	
<i>Conclusioni</i>	159
<i>Bibliografia</i>	160

Abstract

Questa tesi nasce da dodici fiabe che vogliono diventare un libro.

Il progetto riguarda la progettazione e la cura editoriale di un'antologia di fiabe intitolata Fae Nuff, edita da una nascente casa editrice indipendente, StoryStones Books.

La ricerca a supporto del progetto è orientata a comprendere come, nell'attuale panorama editoriale digitale, un piccolo editore possa proporre e sostenere un libro in modo consapevole e sostenibile. Nel primo capitolo vengono analizzati i cambiamenti portati dalla rete nell'ambito della produzione e circolazione dei contenuti e prodotti editoriali, con l'obbiettivo di ridefinire il ruolo dell'editore odierno, nel momento in cui la stampa non è più una necessità al fine della divulgazione. Una volta definito questo ruolo, si prosegue poi indagando il fenomeno dell'editoria indipendente, definendone la ragion d'essere ed esplicitando i motivi per cui va tutelata e promossa all'interno del panorama editoriale.

L'obiettivo finale è la realizzazione di un oggetto-libro pienamente contestualizzato nello scenario editoriale odierno, e prodotto attraverso un processo sostenibile per un piccolo editore, seguendo quindi un percorso progettuale consapevole.

I Pubblicare in epoca digitale

→ *post*

I.1 Cosa vuol dire oggi pubblicare?

Prima della diffusione di Internet nelle vite della maggioranza della popolazione, il termine "pubblicare" aveva un'accezione molto più precisa e ristretta rispetto a quella che ha adesso: il suo utilizzo comune si riferiva, infatti, all'azione di "rendere di pubblico dominio per mezzo della stampa". Questa definizione la si trova ancora nel Treccani, dopo quella più generica che recita: "Rendere pubblico, cioè noto a tutti, far conoscere pubblicamente, divulgare"

L'utilizzo del termine nel linguaggio comune ha tuttavia subito un chiaro mutamento: se prima la parola "pubblicare" portava con sé una certa aria di prestigio, venendo associata a redattori, giornalisti o tipografi, adesso si può anche banalmente riferire all'atto di pubblicare (per l'appunto) una foto su Instagram, o un post su Twitter. L'avvento della rete ha permesso alle masse di divulgare con estrema facilità i propri contenuti, rendendoli potenzialmente fruibili da chiunque sia in possesso di un dispositivo digitale funzionante e di una connessione a Internet. A pubblicare, adesso, non sono più soltanto autori o giornalisti: l'autorevolezza del termine è stata diluita dalla mondanità conferitagli dai blog e dai social media.

La figura dell'editore viene quindi anch'essa per la prima volta messa in discussione, poiché non è più scontato che ci sia bisogno di un intermediario a cui rivolgersi per far sì che ciò che vogliamo dire possa raggiungere il pubblico.

IL CIRCUITO COMUNICATIVO

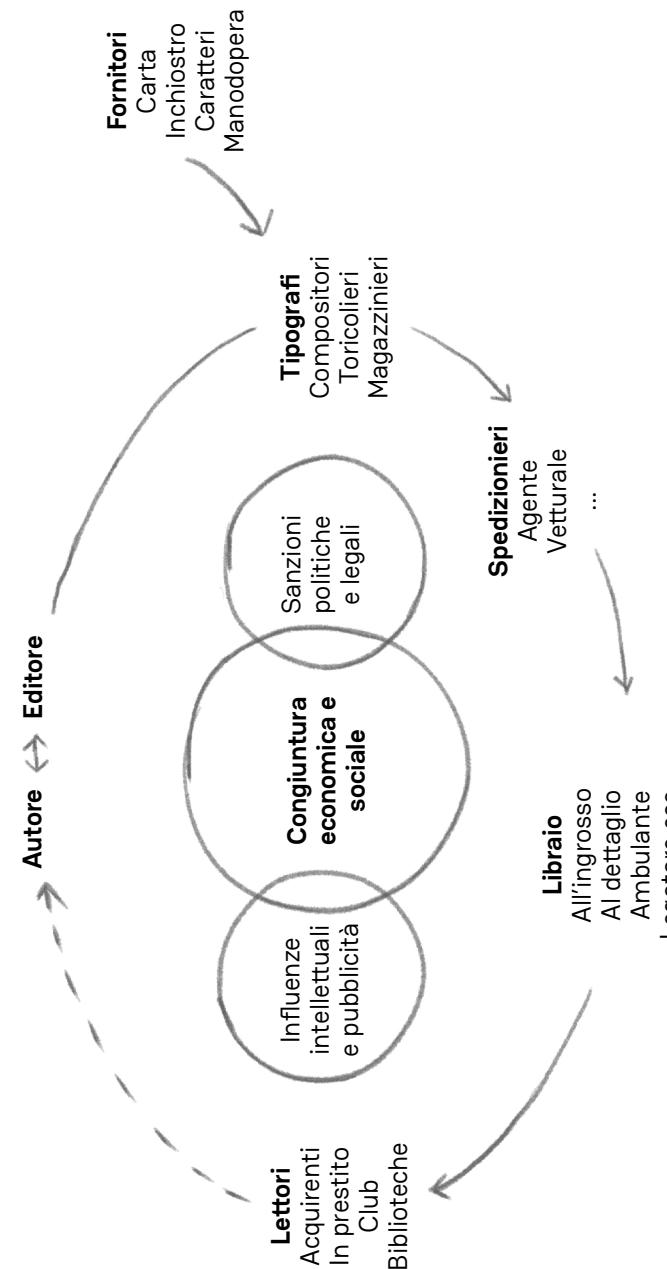
Per comprendere al meglio questo fenomeno, è necessario analizzare il modello di pubblicazione proposto dallo studioso Robert Darnton nel 1982, poco prima dell'invenzione del World Wide Web e quindi ancora in piena fase "classica" dell'editoria.

Il modello punta a fornire una visione olistica dei libri e della loro storia, stabilendo un circuito in cui ogni elemento rappresenta una funzione atta alla circolazione dei libri. Autore ed editore, interconnessi, vengono posti all'inizio del circuito come punto di partenza: seguono fornitori della materia prima, tipografi, spedizionieri, librai ed infine i lettori, che influenzano l'autore prima e dopo la scrittura/pubblicazione. Al centro del circuito vengono poste le influenze della congiuntura economica e sociale, quelle intellettuali e della pubblicità, e delle sanzioni politiche e legali.

Come viene definito, quindi, l'atto di pubblicare? Viene rappresentato dallo schema nella sua interezza o solo dalla figura dell'editore, che dà il via al circuito? La scarsa chiarezza, in questo schema, nell'individuazione dell'attività editoriale (e quindi del concetto di pubblicazione) ci permette di comprendere meglio come quest'ultima fosse invece di comprensione più lineare, al tempo: pubblicare significava passare al vaglio dell'editore, figura che in quel momento veniva quasi data per scontata e vista come filtro ed elemento di connessione tra autore e il resto della filiera produttiva, la quale difatti occupa più spazio nello schema: il contenuto doveva necessariamente passare dal processo di stampa e distribuzione, non essendo ancora disponibili i mezzi di divulgazione di cui disponiamo oggi. Darnton viene criticato dagli autori Adams e Barker, che nel 1993 propongono un nuovo modello di pubblicazione, che questa volta non è composto dagli attori della filiera, bensì da diverse fasi: pubblicazione, fabbricazione, distribuzione, ricezione e sopravvivenza, anch'esse immerse nella congiuntura socio-economica.

Il passo avanti rispetto al circuito di Darnton è dato dalla fase di sopravvivenza, che rappresenta la permanenza della pubblicazione nel mercato editoriale una volta superata la fase di distribuzione e fruizione iniziale da parte del pubblico.

Il ruolo dell'editore viene quindi definito in modo più puntuale: per gli autori pubblicare significa "il punto di partenza, la decisione iniziale di moltiplicare un testo o un'immagine per la distribuzione".



Schema del circuito comunicativo di Robert Darnton

La creazione del contenuto e la decisione di pubblicare vengono quindi definitivamente separati, definendo quest'ultima come compito dell'editore, la cui responsabilità è quella di assicurare un esito positivo a seguito dell'importante (e delicata) fase di sopravvivenza del libro.

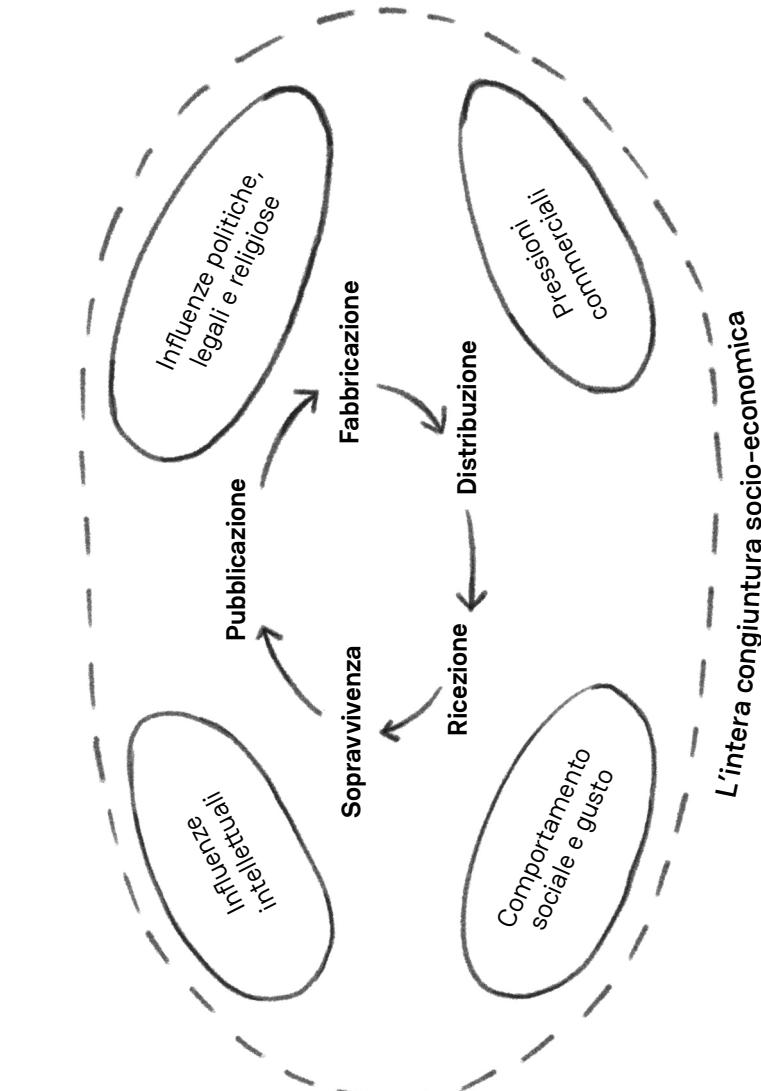
Questa decisione, però, nel 2025 può potenzialmente essere presa da chiunque, anche andando oltre i social media. Chiaramente un post su Twitter non presenta, nel senso comune, la stessa valenza (e rispettabilità) di un libro, ma anche quest'ultimo può ormai essere reso disponibile alla fruizione del pubblico evitando di passare attraverso il filtro dell'editore classico.

L'INFLUENZA DELLA RETE SUI CONTENUTI

La creazione e fruizione dei contenuti sono state profondamente cambiate da pattern che si sono sviluppati con la nascita del Web, e che portano a un livello di disintermediazione dei contenuti disponibili al pubblico mai visto prima. Secondo Michael Bhaskar (2013) è importante comprendere il funzionamento di due meccanismi in particolare, la frammentazione e la centralizzazione, per poter poi descrivere il flusso di contenuti consumati e prodotti nel panorama attuale.

Il termine "centralizzazione" si riferisce al fenomeno secondo il quale poche aziende e siti dominano i rispettivi settori: Google in quello dei motori di ricerca, Meta nei social network, Amazon nell'e-commerce e negli ebook. A rafforzare il fenomeno si aggiunge il meccanismo di lock-in: una volta adottato uno standard, è molto difficile abbandonarlo. Inoltre, più utenti ha una rete, più quest'ultima risulta attraente agli occhi di potenziali nuovi partecipanti, effetto che favorisce ulteriormente i grandi attori. La centralizzazione è un aspetto chiave delle reti di comunicazione, che tendono anch'esse a raggrupparsi su un numero molto ristretto di piattaforme.

La "frammentazione", invece, descrive i miliardi di contenuti di svariata natura, prodotti da utenti comuni, sparsi nella rete senza essere categorizzati o filtrati in alcun modo. La centralizzazione del web nasce infatti come una risposta all'estrema frammentazione dei suoi contenuti, che sarebbero altrimenti un caos innavigabile.



Schema del circuito comunicativo di Adams e Barker

DISINTERMEDIAZIONE E ATOMIZZAZIONE

Queste due tendenze apparentemente opposte, in realtà, sono complementari e in un certo senso descrivono e regolano i meccanismi di produzione e distribuzione dei contenuti nella rete. Il flusso di centralizzazione e frammentazione fa sì che, per la prima volta nella storia, non ci sia più bisogno di un intermediario nell'ambito di divulgazione dei contenuti: produzione frammentata e distribuzione/comunicazione centralizzate creano (in teoria) i presupposti per un'industria letteraria funzionante senza la figura degli editori, effettivamente rendendo possibile tagliarli dalla catena del valore dell'editoria e togliendo loro la storica funzione di "gatekeeper".

Shatzkin (2013) a questo proposito parla di atomizzazione dell'editoria e dei contenuti: secondo l'autore le decisioni editoriali smetteranno di essere concentrate nelle case editrici e l'attività di pubblicazione diventa più orizzontale e distribuita, somigliando di più a una funzione, smettendo di essere una facoltà riservata unicamente ad alcuni insider di quella che adesso (forse ancora per poco?) è ancora a tutti gli effetti un'industria.

È però ingenuo pensare che non vi sia alcun tipo di mediazione nei contenuti del web: secondo Silvio Lorusso (2015), infatti, è bene non sottovalutare l'influenza delle piattaforme digitali ospitanti i contenuti online (e quindi centralizzanti). L'apparente immediatezza della pubblicazione non tiene in conto le interferenze che mediano il processo, come le normative che regolano i server in base alla loro localizzazione, o gli algoritmi dei social network e dei motori di ricerca che selezionano e privilegiano certi contenuti rispetto ad altri. Una concezione realmente ampia e consapevole del "pubblicare" deve dunque riconoscere e analizzare questi molteplici livelli di mediazione.

I.2 L'ebook e la carta

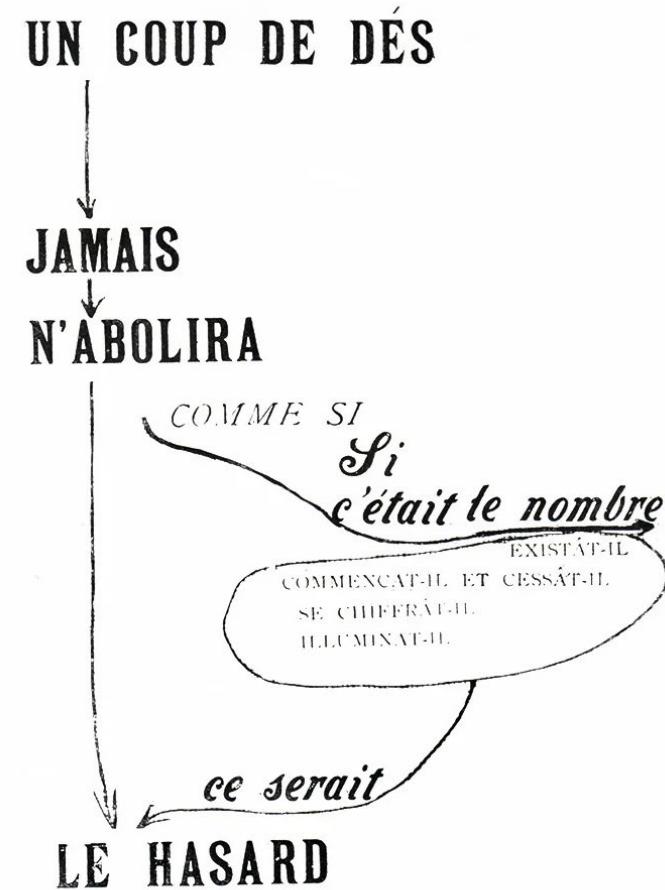
IL CONTENUTO DIVENTA LIQUIDO

Un'altra grande influenza della digitalizzazione sui contenuti è il fatto che, per la prima volta, ci troviamo di fronte a testi non più necessariamente legati alla carta (e pensati a monte per essa), ma, al contrario, a testi che nascono direttamente in formato digitale e che, in alcuni casi, vengono solo successivamente trasposti su carta. Paola Dubini (2013) riflette sul fatto che, così come la carta ha imposto agli editori l'uso di tecniche e competenze specifiche, i supporti digitali ne richiedono di nuove. Lo stesso testo può apparire su diversi supporti con formati e dimensioni diverse, e va quindi modificato e arricchito proprio in funzione di questi, anche con componenti (come audio, video o una dimensione interattiva) che di norma ne sono esclusi.

Alessandro Ludovico (2025) parla di *reflowability*, cioè "l'ottimizzazione della visualizzazione del testo su qualsiasi dispositivo". La formattazione del testo e la grafica, sulla carta, vengono decisi a monte per poi rimanere stabili sul loro supporto. Per i testi digitali non è più così: basti pensare al formato EPUB, che, a differenza dei file PDF, adatta il layout del testo in base al device di output, oppure al concetto di "responsiveness" dei contenuti sui siti web.

La progettazione grafica, però, non diventa automaticamente obsoleta: il fatto che non ci sia più la stretta necessità di progettare un layout adatto al supporto scelto, in modo tale che questo sia fruibile dal lettore, non cancella la necessità di alcuni testi di essere progettati con attenzione alla loro forma visiva, alla relazione tra testo, immagine e ritmo di lettura. Infatti, in numerose tipologie di opere (ad esempio testi poetici o libri d'artista), la dimensione grafica non è un semplice contenitore del testo, ma parte integrante del messaggio. In questi casi, la progettazione

visiva continua a svolgere un ruolo essenziale: traduce l'identità dell'opera, ne orienta la lettura e costruisce l'esperienza estetica del lettore.



Estratto di "Un Coup De Des", libro di poesie di Stéphane Mallarmé

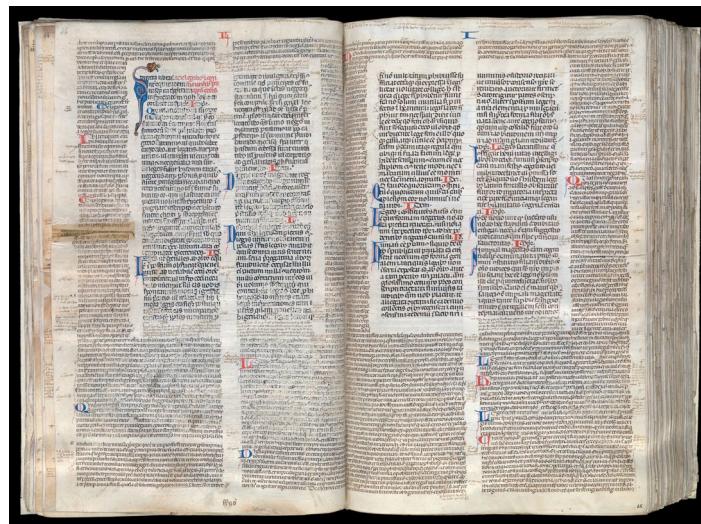
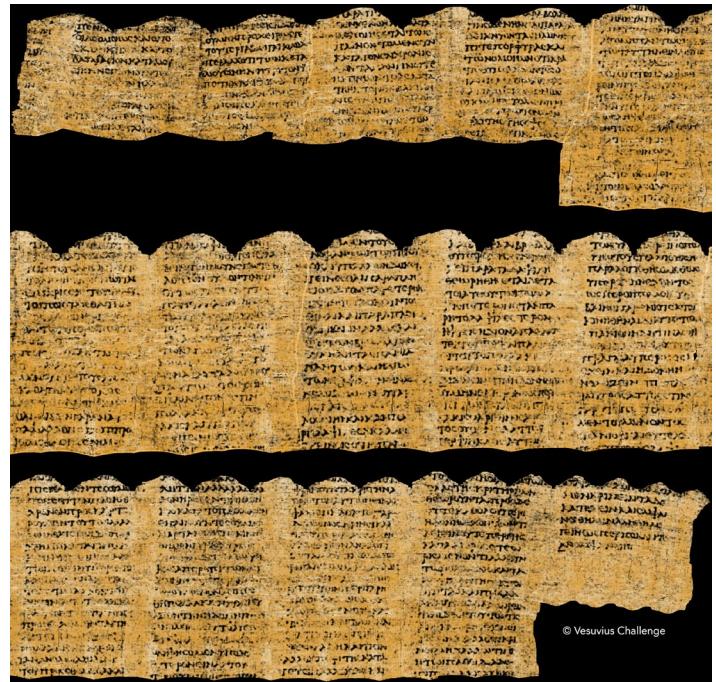
CAMBIANO I LIMITI DEL LIBRO

Quando parliamo di pubblicare in epoca post digitale non possiamo non parlare di quella che per molti è la vera rivoluzione in abito editoriale: l'ebook, la cui invenzione nei primi anni settanta cambia gradualmente, nel corso degli anni che la seguono, la percezione stessa di cosa sia un libro.

A questo proposito Roger Charier, in un'intervista del 2013, ci parla del rapporto complesso tra l'opera letteraria e il suo supporto materiale, a partire dall'invenzione del codex (il libro formato da pagine legate), che per la prima volta può contenere più di un'opera al suo interno (al contrario dei rotoli, con i quali avveniva il contrario: una sola opera era contenuta in più oggetti).

Con i supporti digitali e, poco dopo, gli ebook, il legame tra supporto e contenuto cambia nuovamente, questa volta spezzandosi: sullo schermo leggiamo

Papiri ritrovati in una libreria di Ercolano, antecedenti l'eruzione del Vesuvio.



Manoscritto del XIII secolo del Codex Iustinianus, che viene ritenuto il primo codex della storia e risale al 529 D.C.

testi in continuità, senza che corrispondano a un oggetto specifico e delimitato. Non è più quindi scontato definire i limiti di un'opera. Nel mondo del codex o della stampa, la materialità del supporto permetteva di distinguere e gerarchizzare i contenuti tramite il loro supporto (encyclopedia, libro, giornale, lettera, appunti), mentre oggi un solo oggetto (il dispositivo digitale) contiene ogni tipo di testo, senza distinzione immediata di statuto o autorevolezza. Anche in questo caso il significato di "pubblicazione" cambia, si allarga: oltre ad essere aumentate le opportunità di rendere pubblico un testo, più formati possono essere definiti libro e più figure possono essere definite editori, rendendo labili i confini tra le categorie.

LA SFIDA DEL KINDLE

Negli anni Novanta la lettura digitale inizia a fare dei passi avanti: si cerca di dare una soluzione all'evidente sforzo sugli occhi causato dall'uso prolungato di schermi. La prima tecnologia di "carta digitale" si

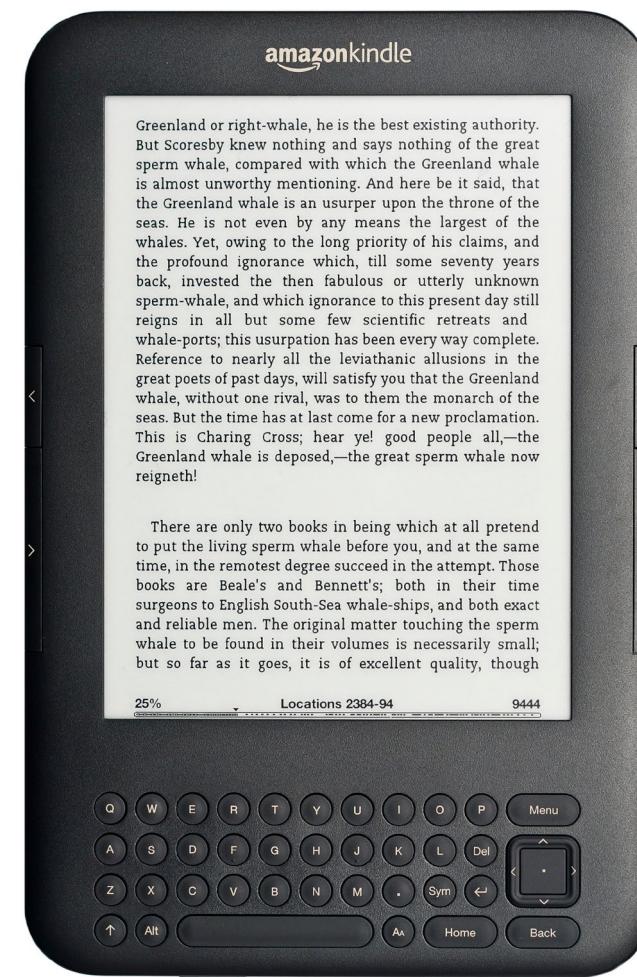
chiamava Gyronet ed era composta da sfere di polietilene colorate di nero e caricate negativamente da un lato, mentre sull'altro erano bianche e caricate positivamente. Immerse in una bolla di olio e incorporate in un foglio di silicone, potevano girare liberamente mostrando uno dei due lati.

Nel 2009, dopo una serie di tentativi di diverse aziende, Amazon annuncia il proprio modello di e-reader: il Kindle. Jeff Bezos sfida apertamente la filiera libraria tradizionale, annunciando la sua intenzione di convertire l'oggetto libro in digitale. Per Bezos infatti "La lettura breve è stata digitalizzata sin dagli inizi del web. Ma la lettura in forma più lunga e approfondita deve ancora esserlo". Il CEO di Amazon punta sull'autorevolezza che l'azienda già aveva sull'industria libraria per promuovere il suo prodotto: il colosso infatti era già considerato dal grande pubblico come la libreria virtuale più grande presente sul mercato, avendo agli albori dell'attività iniziato proprio da quel settore, espandendosi solo in seguito alla rivendita e produzione di svariati prodotti e contenuti.

La posizione di Amazon nel settore librario è molto forte poiché sono l'unica azienda che offre libri su carta, ebook e app, permettendo di soddisfare tutte le esigenze dei lettori (e anche degli attori, producendo



Prototipo di Gyronet



Kindle di terza generazione, detto anche "Kindle Keyboard".

e distribuendo libri tramite Kindle Direct Publishing, piattaforma di self publishing di cui parleremo più approfonditamente in seguito). Il loro business model prevede infatti la centralizzazione dei contenuti sulle loro piattaforme, che sono accessibili da più fonti e ricercabili in rete. A differenza di Apple, i suoi contenuti

non sono hardware-driven: la seconda azienda offre infatti anch'essa accesso a svariati contenuti (tra cui libri, con iBook), mantenendo però una relazione biunivoca tra software e hardware. Quest'ultima è centrale nella logica proprietaria dell'ecosistema Apple.

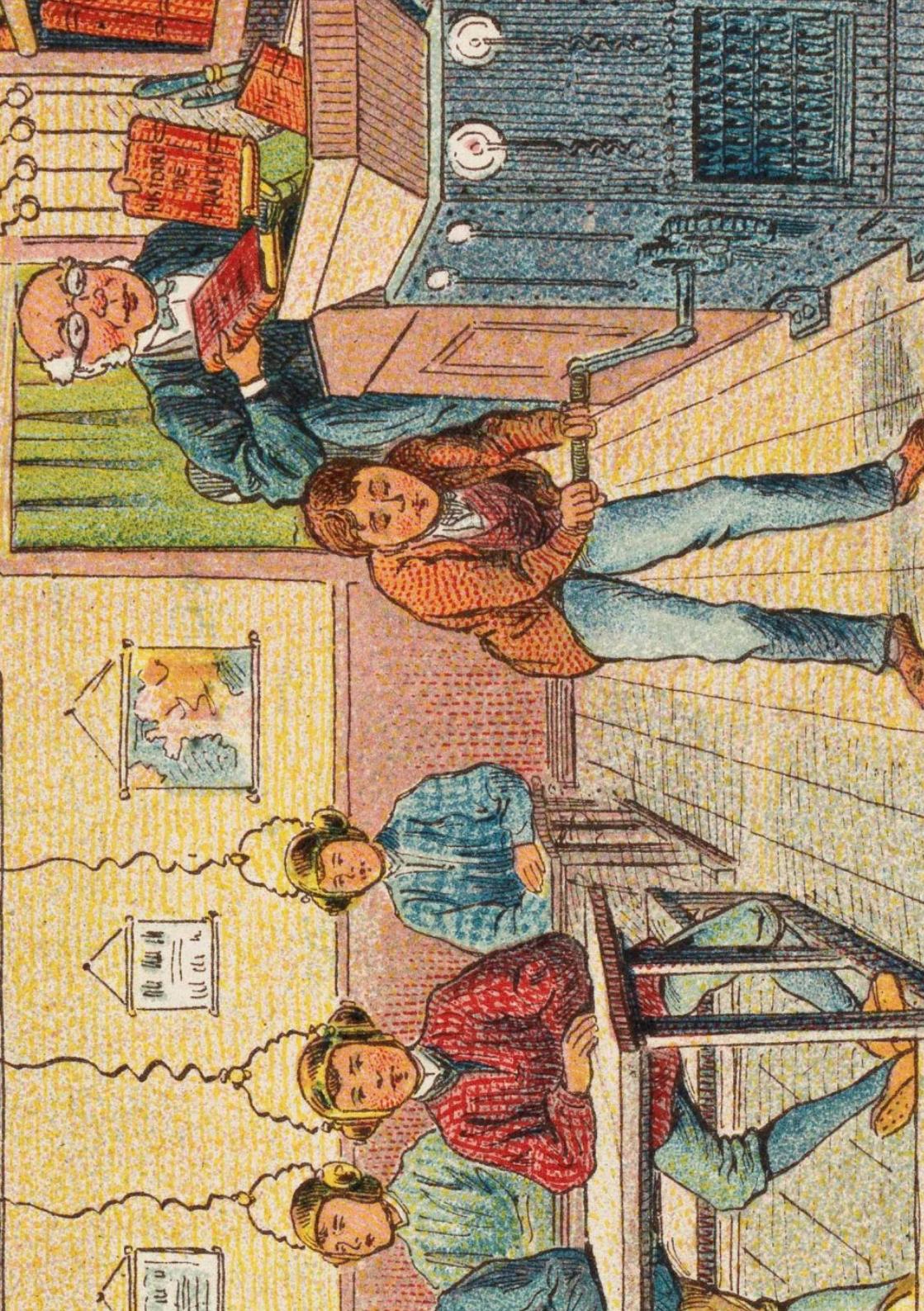
Queste realtà centralizzanti fanno riflettere sulle modalità di acquisto dei contenuti digitali. Nel caso dei servizi hardware-driven si paga al fine di consumare contenuti il cui accesso ci è limitato, appunto, all'hardware dell'azienda, senza possibilità di scaricarlo in locale o su altri device. Nel caso di Apple è sempre stato così, ma, a partire da Febbraio 2025, anche Amazon rimuove la funzione che consente di scaricare in locale i libri acquistati sul Kindle, costringendo la base di clientela a pagare per contenuti che, di fatto, non possiede. Un altro episodio che fa riflettere sulla proprietà dei contenuti digitali risale al 2009, quando Amazon rimuove dalle piattaforme Kindle copie di 1984 e *La fattoria degli animali* di George Orwell, spiegando che erano stati pubblicati per errore, ma di fatto evidenziando come i contenuti acquistati digitalmente in molti casi somiglino di più a un "noleggio a tempo indeterminato", poiché chi ce li ha venduti ha di fatto il potere di impedirci di accederci.

CIÒ CHE GLI SCHERMI CI HANNO PORTATO...

Con l'arrivo di internet e degli ebook si è cominciata a prevedere una fantomatica "morte della carta", ormai soppiantata da tutti i supporti digitali, più efficienti e che occupano meno spazio. Ma è davvero così? La verità è che, a partire dall'invenzione del telegrafo (e poi del telefono) all'inizio del XX secolo, la morte della carta è stata annunciata molteplici volte, senza avverarsi mai davvero.

L'invenzione della radio, ad esempio, con un nuovo modello di broadcasting, rappresenta il primo vero mass media: sono state predette catastrofiche

Illustrazione di Villemard, parte di una serie di cartoline chiamata "En l'an 2000"



conseguenze per la carta, a cui mancava il senso di coinvolgimento sensoriale e immersione che offriva la radio.

Queste conseguenze, però, non sono mai arrivate e la stampa continua a raggiungere la sua utenza. L'arrivo delle tecnologie moderne ha portato però degli indiscutibili vantaggi, che hanno cambiato il modo in cui consumiamo testi e contenuti. Nel promuovere il primo Kindle, Jeff Bezos puntò moltissimo sul (quasi) azzeramento dello spazio occupato dai libri collezionati: secondo lui il perfezionamento della tecnologia già altamente evoluta del libro consisteva nel farlo scomparire.

Per la prima volta, grazie al digitale, possiamo reperire e conservare informazioni accedendovi tramite un supporto relativamente piccolo rispetto alle imponenti collezioni cartacee di librerie e biblioteche tradizionali, con il vantaggio aggiuntivo di poterle portare sempre con noi (a patto che il nostro dispositivo disponga di una memoria sufficiente o di una connessione a Internet). La velocità di aggiornamento delle informazioni è un altro vantaggio che beneficia enormemente alcuni settori, come quello giornalistico, scientifico, o turistico: la lentezza della stampa non può competere con la velocità di produzione e la distribuzione praticamente istantanea delle informazioni digitali, che, per settori come quelli sovraccitati, diventa fondamentale per la qualità del servizio offerto. Ciò che la stampa davvero non può imitare, però, è ancora un'altra invenzione: l'ipertesto.

Quest'ultimo, integrato presto nelle pubblicazioni digitali, ridefinisce lo spazio all'interno del testo trasformandolo per la prima volta in una struttura non lineare che non può essere efficacemente riprodotta a stampa. Un esempio lampante dell'uso dell'ipertesto sono le piattaforme Wiki, che sono partite dal concetto di enciclopedia e l'hanno nettamente migliorato, velocizzando il processo di ricerca e permettendo all'utente di muoversi all'interno dell'enciclopedia trattandola come uno spazio, e non come una linea sulla quale spostarsi avanti e dietro.

Il libro, per la prima volta, non è più un prodotto chiuso: l'ipertesto all'interno delle pubblicazioni digitali ci permette di spostarci anche al di fuori di esse, creando ponti con l'ambiente esterno per la consultazione, ad esempio, di fonti e riferimenti in maniera quasi istantanea.

...E CIÒ CHE NON POSSONO ESSERE

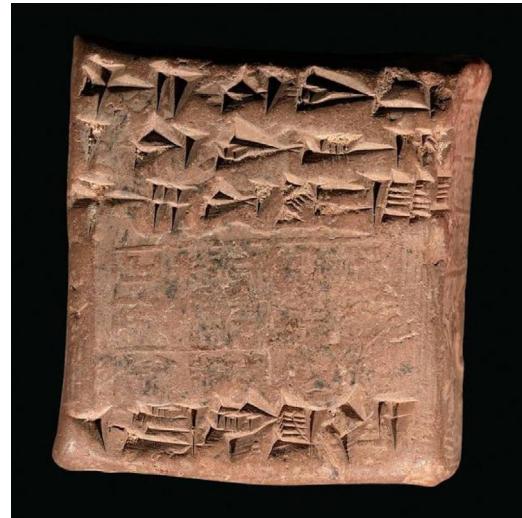
Tutto questo rende dunque obsoleto l'uso della carta? A questa domanda, Ludovico (2025) risponde osservando che tutti gli e-reader oggi in commercio cercano di riprodurre molte delle caratteristiche della carta, riuscendo però più facilmente a imitarne i difetti che i reali vantaggi. Un esempio è il bisogno della carta di essere illuminata dall'esterno oppure la latenza nel girare le pagine, entrambi riprodotti negli e-reader.

Un primo reale vantaggio della carta è la sua fissità nel tempo, e di conseguenza una grande capacità di conservazione della memoria. Nel saggio *Sulla labilità dei supporti* (2009), Umberto Eco riflette sul problema della fragilità dei mezzi di conservazione della memoria, dall'antichità fino all'era digitale. La scrittura, nata per rendere stabile ciò che la memoria umana



Mappa di tutti i collegamenti ipertestuali di Wikipedia.

Tavoletta di argilla Sumera, dalla collezione della Library of Congress



dimentica, ha sempre dovuto fare i conti con la durata e la resistenza del supporto materiale. Eco ripercorre l'evoluzione di questi ultimi: dalle tavolette d'argilla e di cera al papiro, alla pergamena e infine alla carta.

Ogni passaggio ne migliora la praticità e la durata, ma nessuno elimina del tutto la labilità. Anche la carta moderna, fatta di pasta di legno, si degrada rapidamente, mentre i supporti digitali, pur sembrando più avanzati, soffrono di obsolescenza tecnologica e di fragilità fisica: un CD graffiato o un file non più leggibile equivalgono alla perdita totale dell'informazione. Di fronte a questi limiti, il libro cartaceo rimane per Eco il supporto più affidabile per la conservazione della memoria culturale: è stabile, accessibile senza energia e capace di durare nei secoli se ben realizzato. Inoltre, conserva le tracce materiali delle letture e del tempo, diventando esso stesso testimonianza storica.

La carta possiede inoltre un valore che va oltre la semplice funzione di supporto per la scrittura: essa occupa uno spazio fisico reale, tangibile, che si relaziona con i nostri sensi. Questa dimensione sensoriale crea un legame diretto con l'oggetto e il suo contenuto,

rendendo l'esperienza di fruizione più intima e concreta: un libro può essere appuntato, prestato, ci si può fare le "orecchie" alle pagine, può essere perso, ritrovato, restituito, strappato, sporcatò, annusato.

La forma del libro non è neutra: il modo in cui è impaginato, legato, il formato, tipografia e la composizione partecipano alla costruzione del significato. Lo spazio del libro è parte del suo linguaggio. Al contrario, lo schermo digitale, pur offrendo comodità e accessibilità, è vincolato da limiti tecnici che ne riducono la varietà espressiva: un e-book non può avere un formato troppo grande o un layout complesso senza comprometterne la leggibilità.

Zenon Fajfer (1999) scrive che la principale crisi della letteratura contemporanea consiste nella separazione tra la struttura del testo e la forma fisica del libro. Egli critica la tendenza a identificare la letteratura unicamente con il testo e il disinteresse, da parte della maggior parte degli autori, verso la forma che le loro opere assumono nel momento in cui diventano libri. Secondo Fajfer, infatti, la forma del libro non dovrebbe essere determinata da convenzioni generiche, ma progettata in armonia con l'aspetto spirituale dell'opera letteraria.

Il collettivo Temporary Services (2014) ci parla anche di spazio sociale della stampa: i libri per loro "simultaneamente producono e consumano spazio in modo impercettibile", interagendo con il materiale circostante e coloro che si relazionano ad essi, demarcando il luogo in cui si trovano. Le librerie e le biblioteche, spazi dedicati ai libri, ci permettono di dedicarci alla ricerca di essi e alla loro esplorazione, o che ci vengano consigliati da qualcuno con cui poi si stabilisce una connessione, senza il suggerimento e la guida di un algoritmo.

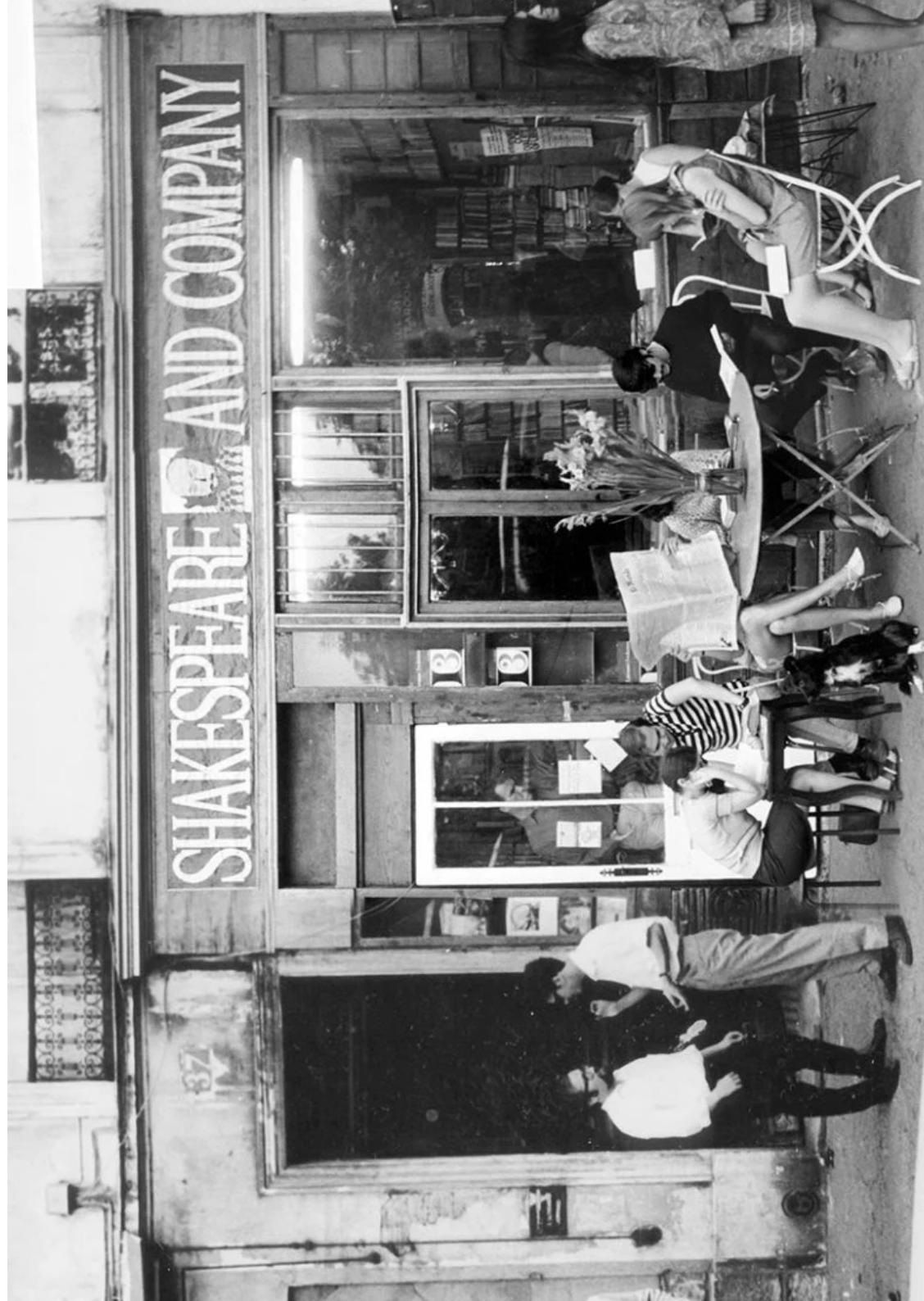
UNA CONVIVENZA PACIFICA

A questo punto del nostro percorso risulta chiaro che stampa e digitale presentano caratteristiche molto diverse, difficili da replicare pienamente nell'altro medium. L'idea pessimistica secondo cui la carta sarebbe destinata a essere completamente soppiantata dal digitale non tiene conto delle possibilità complementari che questi due strumenti offrono se utilizzati in modo consapevole.

Temporary Services prosegue la riflessione avviata nel paragrafo precedente, spiegando come le versioni PDF delle loro pubblicazioni servano ad amplificare la diffusione dei contenuti, pur riconoscendo

che "un PDF non sarà mai vivo come la sua controparte cartacea". Questo formato viene particolarmente apprezzato per la sua versatilità: può essere letto su quasi ogni dispositivo, a differenza di altri formati proprietari (come il .azw di Amazon, utilizzato per i Kindle) ed è facilmente condivisibile. Inoltre, questi fenomeni non appartengono a scenari futuri: la produzione di e-book è cresciuta significativamente tra il 2010 e il 2015, anno in cui ha raggiunto il suo picco, per poi diminuire gradualmente. Nel 2023, secondo i dati dell'AIE, quasi il 60% degli e-book viene pubblicato come complemento alla versione cartacea, a conferma di un rapporto sempre più integrato tra i due media. In definitiva, stampa e digitale non devono essere considerati rivali, ma strumenti diversi e complementari attraverso cui la conoscenza può circolare in forme nuove e più accessibili.

Shakespeare & Company, libreria parigina famosa per il suo ambiente culturale movimentato.



I.3 Il self-publishing

La possibilità di pubblicare rapidamente tramite web è molto attraente per numerosi autori, soprattutto per quelli alle prime armi. Grazie a strumenti come il print on demand e gli ebook, sempre più persone riescono con successo a far arrivare le proprie opere ai lettori bypassando le case editrici. Secondo i dati dell'Associazione Italiana Editori, il fenomeno del self publishing è in costante crescita in termini di opere pubblicate dal 2015, sia per quanto riguarda i libri stampati che, soprattutto, per gli ebook. Non è tuttavia facile capire con precisione quanto sia esteso il fenomeno: la produzione è molto frammentata e molte opere vengono pubblicate senza ISBN, il che le rende difficili da monitorare.

IL SELF-PUBLISHING PRIMA DEL DIGITALE

Al netto di questo vertiginoso aumento nella produzione negli ultimi anni, l'attività di editoria indipendente è nata molto tempo prima di internet: i movimenti di controcultura hanno pubblicato (e stampato) per decenni prima dell'invenzione della stampa digitale e dei software per il desktop publishing.

Secondo Alessandro Ludovico (2025) il self publishing nasce addirittura in concomitanza con diffusione della macchina da stampa di Gutenberg: quest'ultimo rende disponibili alle masse i testi delle Scritture, permettendo di deciderne da sé il significato e chiamando il movimento "salvarsi da sé".

La prima vera svolta della stampa indipendente e casalinga, però, arriva con il ciclostile: fino a quel momento infatti i movimenti d'avanguardia dipendevano ancora dalla stampa tradizionale. La macchina ciclostile era un dispositivo leggero e compatto, facilmente trasportabile e capace di produrre una ragionevole quantità di copie economiche e con una qualità di stampa accettabile, creando un ottimo compromesso tra costo e numero di copie e rendendolo essenzialmente la prima stampante personale.

Venduto inizialmente a uffici o scuole, viene presto adottato dai movimenti di editoria alternativa stampata, come gli appassionati di fantascienza, che pubblicano negli anni cinquanta le prime fanzine.

Lo stesso medium viene utilizzato anche per la stampa dissidente

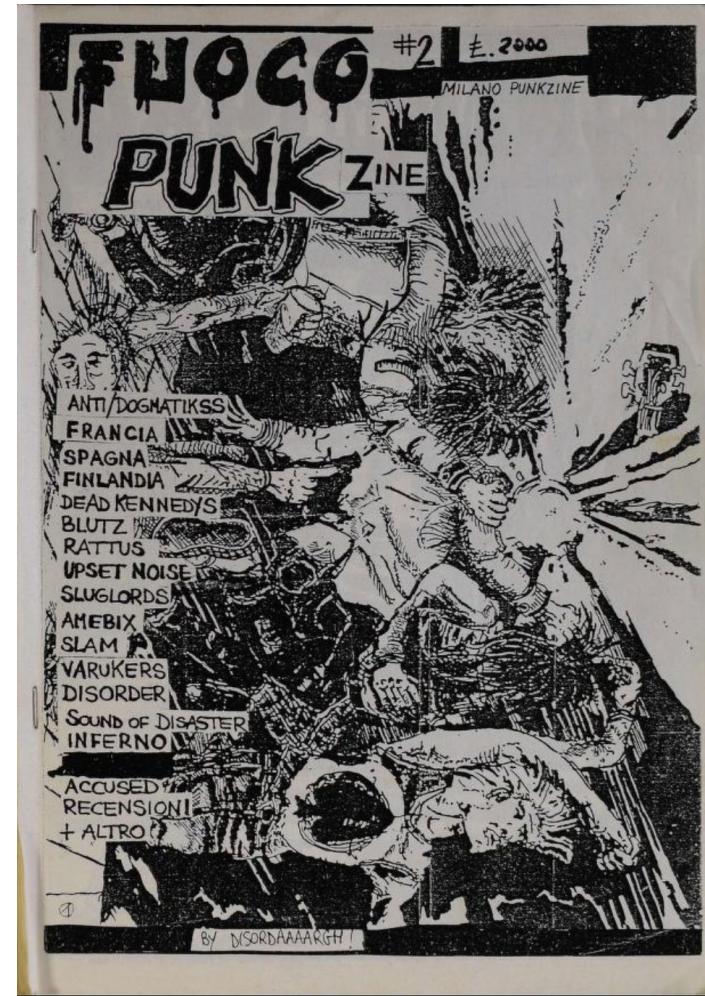
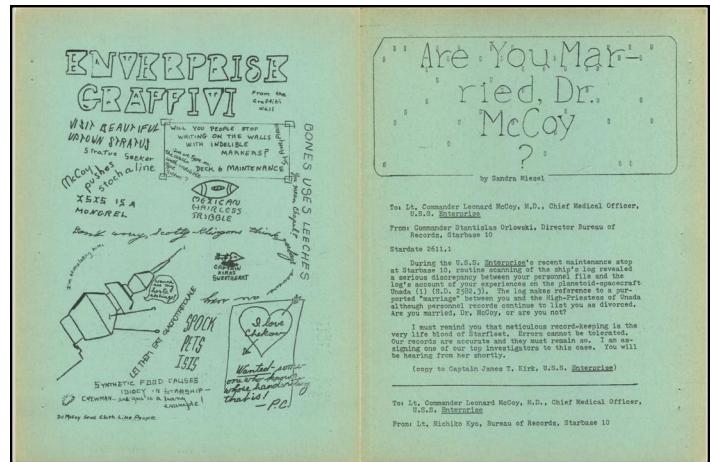
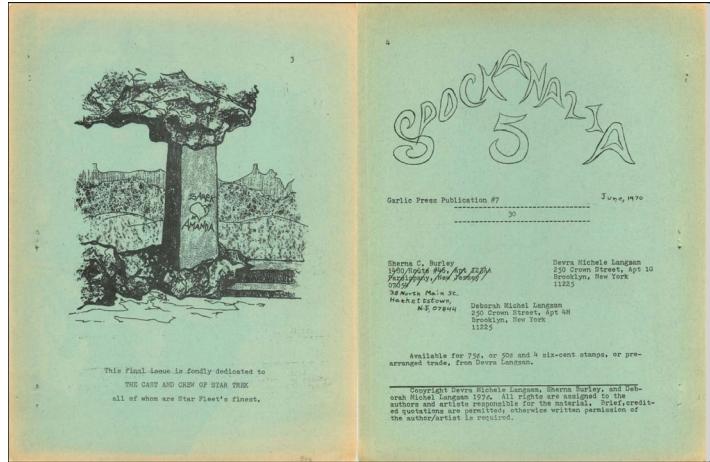


Capolettera, dettaglio della Bibbia di Gutenberg.

e la duplicazione clandestina di letteratura censurata dai governi della Russia poststalinista, oppure dai partigiani che, durante la Seconda guerra mondiale, stampavano e divulgavano clandestinamente riviste della resistenza.

Un altro esempio di medium utilizzato per la stampa underground è stato sicuramente l'Xerografia (o più comunemente fotocopia), introdotta negli anni sessanta da Xerox e destinata anch'essa agli uffici, ma utilizzata moltissimo dalla cultura Punk, sviluppatasi poco dopo, che adopera prolificamente il medium per via della sua economicità, accessibilità e peculiari qualità estetiche, che diventano presto caratteristiche che segnano le Punkzine. Queste diventano il mezzo di espressione simbolo di una generazione segnata dagli anni di piombo, dall'epidemia di HIV, dalla diffusione dell'eroina, dissociata dalle mode e dall'individualismo dilagante degli anni ottanta. Si stampa per diffondere la propria dissidenza.

Due aperture del vol. 4 di Spockanalia, una fanzine su Star Trek pubblicata nel 1969.



Copertina di Fuoco Punkzine vol. 2, pubblicato nel 1984.

IL DESKTOP PUBLISHING

"Una postazione usata per il desktop publishing è composta a livello minimo da un personal computer, con un monitor e una scheda grafica sufficientemente fedeli nella visualizzazione di immagini e colori; una stampante che riproduce il materiale grafico; uno scanner che legge le immagini e le restituisce in formato digitale."

- Dalla voce "Desktop Publishing" di Wikipedia

La più grande rivoluzione di ambito editoriale e tipografico dalla stampa di Gutenberg arriva negli anni Ottanta, quando i computer e i software raggiungono livelli di sofisticatezza per la prima volta capaci di raggiungere (e superare) quelli della tipografia tradizionale, come MacPublisher (1984) o PageMaker (1985), il cui fondatore, Paul Brainerd, conia il termine "desktop publishing". La tecnologia prende immediatamente piede grazie all'intuitività delle interfacce, permettendo a chiunque di poter creare e disseminare contenuti stampati e generati nel proprio ambiente domestico. In

Copertina di Blam!, una serie di magazine pubblicati su CD Rom a metà degli anni '90 da Necro Enema Amalgamated (NEA).



questo periodo si diffondono i primi allegati digitali delle zine (che nei primi anni Novanta vedono un enorme picco di produzione) e vengono introdotte le prime riviste interattive, definendo un nuovo genere di pubblicazione, caratterizzata da mixed media.

Nei tardi anni Novanta il panorama mediatico ed editoriale subisce un'ulteriore svolta senza precedenti: l'invenzione del World Wide Web, che, affiancato all'invenzione dell'ebook da parte di Michael Hart (fondatore di Project Gutenberg), avvenuta già più di vent'anni prima, sdogana ufficialmente il self publishing come lo conosciamo adesso: un'attività di editoria amatoriale non necessariamente legata a controculture o politiche del dissenso, portata avanti senza passare attraverso l'intermediazione di un editore tradizionale.

IL PRINT ON DEMAND

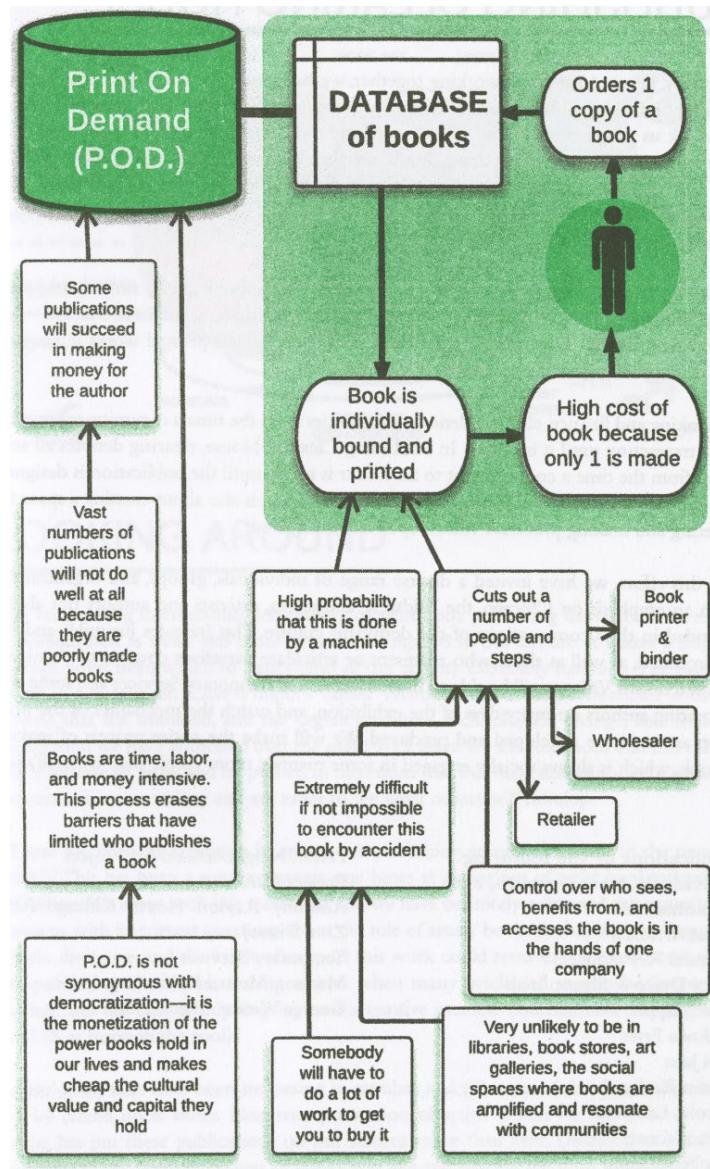
Negli anni Novanta infatti, per via del crollo dei prezzi delle stampanti laser ad alta velocità, queste rimpiazzano velocemente le stampanti offset per le piccole tirature, e i servizi di prestampa si trasformano in servizi di stampa digitale. Nasce così il servizio di Print On Demand, che negli anni seguenti si andrà ad affermare come soluzione presa in considerazione da numerosi autori amatoriali (ma anche alcuni editori), e sarà causa di un grande aumento dei titoli commercialmente disponibili.

Il servizio prevede che il cliente generi un file PDF dello stampato che vuole produrre, che poi affida al servizio per adattarlo alla stampa digitale. Si possono ordinare tirature molto basse, anche solo una copia, e i tempi di produzione e consegna sono generalmente molto veloci. Le aziende POD oltre alla stampa spesso offrono servizi aggiuntivi, quali, ad esempio, la vendita delle pubblicazioni online sulle loro piattaforme, fornire informazioni sul titolo ai principali negozi online, e offrire la possibilità di mantenere il titolo nel loro catalogo a tempo indeterminato senza costi aggiuntivi. La stampa on demand presuppone quindi che la copia del libro che il cliente vuole acquistare debba essere prima ordinata (presso la libreria o per corrispondenza personale) e solo in seguito stampata e consegnata.

Le principali aziende del settore hanno varie sedi sparse per il mondo, che conseguentemente stampano e spediscono per i luoghi ad esse circostanti per ridurre i costi, e numerosissimi titoli in

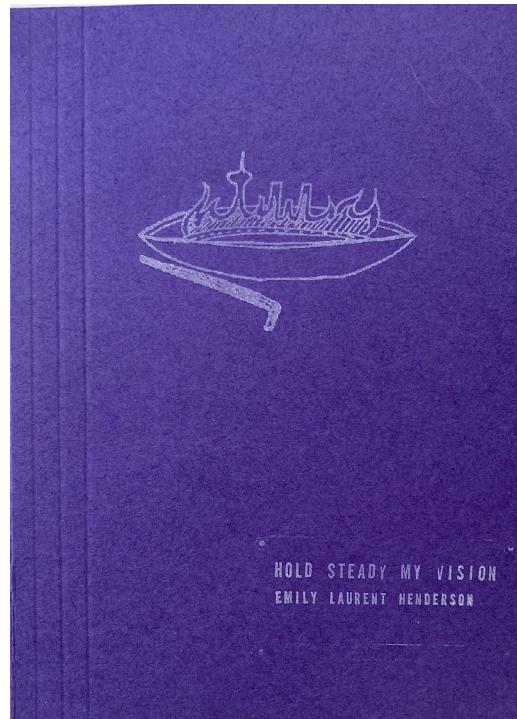
catalogo. La leader del settore è sicuramente Amazon, con KDP (Kindle Direct Publishing), seguita da aziende come Lulu o AuthorSolutions. KDP permette a chiunque voglia pubblicare un libro di caricare il file PDF di

Schema della filiera del P.O.D.
presente in "Publishing in the
Realm of Fibers and Electrons",
pubblicato da Temporary Services.



quello che sarà lostampato sulla piattaforma e di selezionare, tra una serie di opzioni limitate (quali formato, legatura, tipologia di carta, tipologia di copertina) come si vuole appaia la propria pubblicazione. Il libro apparirà poi in vendita su Amazon e verrà stampato, come detto prima, dopo essere ordinato. L'azienda tiene per sé il 30% del prezzo di copertina e il resto va all'autore.

I vantaggi del P.O.D. sono sicuramente numerosi, dalla riduzione del lotto minimo di produzione alla potenziale eliminazione del magazzino e delle rese (cioè i libri invenduti rispediti al produttore dalle librerie, che spesso comportano un'ulteriore tassa a carico dell'editore). Matthew Stadler (2011) paragona questo nuovo modo di fare editoria allo slow food: esso può esistere e prosperare nonostante l'editoria classica, poiché un'economia formata da una produzione su richiesta rafforza il rapporto del lettore singolo con il



"Hold Steady My Vision", edita
da Publication Studio, casa
editrice di Matthew Stadler.

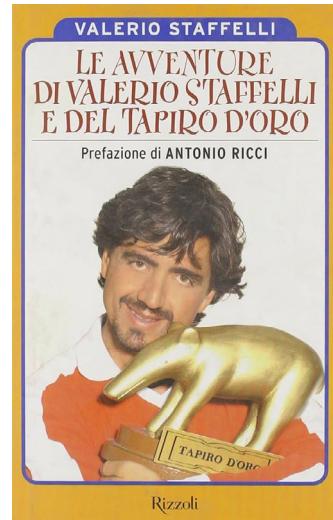
libro singolo, e ci sono costi di produzione solo quando c'è richiesta. Invece del modello "apocalittico" delle pubblicazioni tradizionali, dove il libro è visibile ovunque per 3/4 mesi e poi scompare, i libri pubblicati con questo metodo rimangono nelle mani di chi li ama e, quindi, continuerà a parlarne.

D'altro canto, gli aspetti negativi rappresentano per molti degli ostacoli difficili da superare: la scelta delle caratteristiche che avrà il libro è, ad esempio, sempre limitata, poiché l'azienda produttrice non può occuparsi di progettare singolarmente ogni libro (è necessario, come detto nel paragrafo precedente, che il catalogo presenti molto titoli). La produzione sarà quindi sempre standardizzata, con un aspetto generico. La qualità di questi prodotti è inoltre generalmente bassa, per ammortizzare i costi di produzione che, viste le tirature basse, sono più alti della media.

COSA COMPORTA L'AUTOPUBBLICARSI?

Quello della *vanity press* è un esempio di prodotto self-published che più beneficia dei servizi Print on

Libro della TikToker Nicole Micoli, pubblicato con Amazon KDP.



Libro di Valerio Staffelli (personaggio televisivo per il programma "Striscia La Notizia") edito da Rizzoli nel 2002.

Demand. Vedere il proprio nome stampato su un libro infatti porta ancora con sé grande gratificazione da parte dell'autore (anche se sovente questi personaggi pubblici affidano la scrittura del proprio libro a terzi). Se quest'ultimo non è abbastanza famoso da venire contattato egli stesso da una casa editrice interessata a pubblicarlo, in epoca digitale ha comunque la possibilità di produrre e vendere a proprie spese un libro.

Molto diffuso è anche il fenomeno, simile al self publishing, legato ad alcune case editrici che accettano di pubblicare un libro solamente a fronte della copertura di una parte significativa dei costi da parte dell'autore. In generale, secondo Paola Dubini (2013) l'attività di autopubblicazione è sempre stata considerata scadente dai più, per non aver passato il vaglio della filiera tradizionale e per l'assenza di un'attività di certificazione ed editing in fase di redazione. Clay Shirky, a questo proposito, parla di *mass amateurization*, che si riferisce alle capacità che le nuove forme di media hanno dato ai non professionisti e ai modi in cui questi non professionisti hanno applicato tali capacità per risolvere problemi (ad esempio creare e distribuire

contenuti) che competono con le soluzioni offerte da istituzioni più grandi e professionali.

Inoltre, senza un'adeguata promozione (i cui oneri, oltre a quelli economici, ricadono interamente sulle spalle dell'autore), queste pubblicazioni spesso finiscono per passare inosservate tra le altre migliaia di libri e la loro reperibilità risulta di conseguenza molto scarsa. È quindi molto difficile per gli autori autopubblicati raggiungere un'audience che esca fuori dal proprio circolo di conoscenze.

Il fenomeno del self publishing ha inoltre saturato il mercato editoriale. Secondo l'Associazione Italiana Editori il numero di libri in commercio, nel 2024, è aumentato del 118% dal 2010.

Questo comporta un'enorme scelta di libri potenzialmente acquistabili, di cui una grande fetta sono prodotti amatoriali di scarsa qualità che finiscono per affogare pubblicazioni più curate (e quindi più degne di nota). Atomizzazione dei contenuti è anche questo: la mediazione dei contenuti avviene solo dopo la pubblicazione, spesso da parte del consumatore.

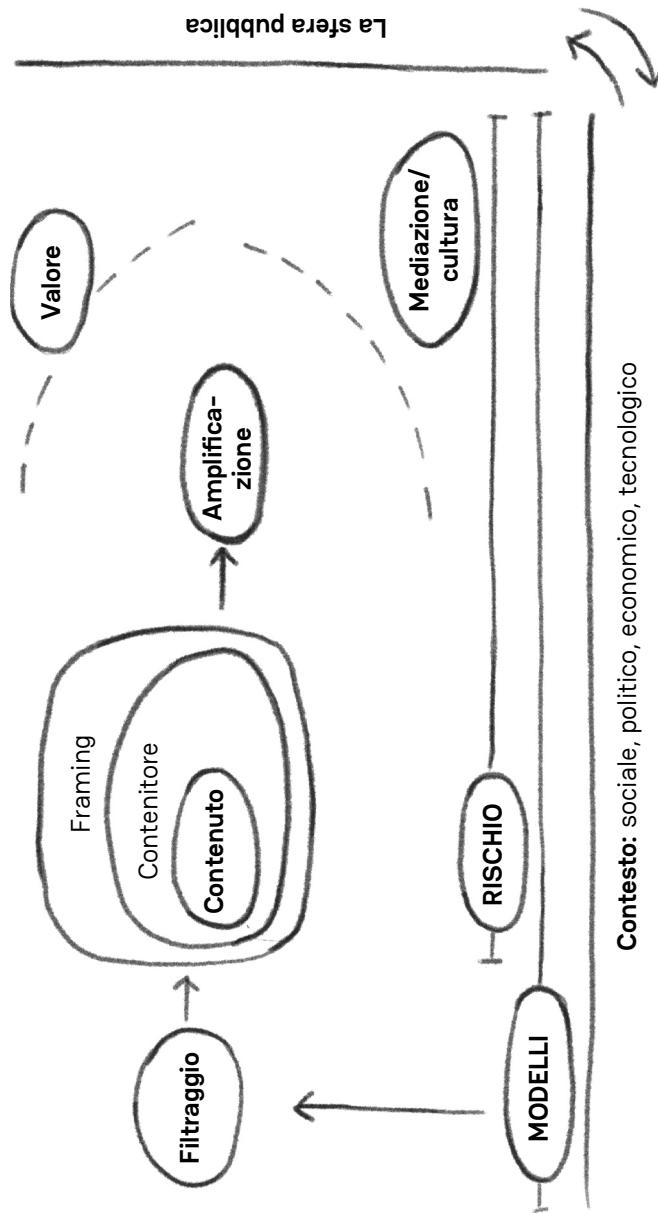
I.4 Il ruolo dell'editore

A questo punto del discorso è chiaro che, nel contesto contemporaneo, il ruolo dell'editore ha subito un'evoluzione significativa e non può più essere considerato scontato. Per comprendere appieno questa trasformazione, è necessario riprendere il concetto di "circuito comunicativo" introdotto nella sezione I.1.

IL CONTENUTO: DAI FRAME AI MODELLI

Michael Bhaskar (2013) propone un proprio modello di circuito, che tiene conto dell'influenza dell'ambiente digitale e della rete. In questa versione, il contenuto, cioè il messaggio da veicolare, è affiancato da quelli che l'autore definisce frame, ossia i supporti attraverso cui il contenuto può essere esperito e trasmesso. Nel nostro caso, i frame corrispondono ai libri e alla loro forma, le cui scelte editoriali e di progettazione influenzano il contenuto, così come il contenuto stesso condiziona i frame. Messaggio e cornice risultano quindi due concetti strettamente interconnessi, che si modellano reciprocamente all'interno del processo editoriale.

Una volta definito il veicolo del contenuto, è necessario comprenderne anche le motivazioni alla base della produzione. Bhaskar le descrive attraverso i modelli, che rappresentano il legame tra il materiale pubblicato e il contesto sociale in cui esso si inserisce. Il primo modello che viene spontaneo citare è quello del profitto, tipico dell'editoria tradizionale: si pubblicano contenuti con l'obiettivo principale di generare un guadagno economico. Tuttavia, nel panorama contemporaneo, l'editore classico non è più una figura imprescindibile per gli autori. In questo scenario emergono quindi altri modelli, orientati alla creazione di valore aggiunto per il contenuto: possono basarsi sull'autorevolezza culturale, sulla diffusione di valori, messaggi o idee, oppure sulla costruzione di un'identità riconoscibile e coerente.



Schema del circuito comunicativo di Michael Bhaskar

I RUOLO DELL'EDITORE CONTEMPORANEO: FILTRAGGIO E AMPLIFICAZIONE

La creazione di questi modelli avviene tramite il processo di filtraggio, uno dei due elementi dello schema di Bhaskar che definiscono il ruolo dell'editore contemporaneo. Il filtraggio indica il processo di selezione, che appunto avviene in base ai modelli: In questo senso, l'attività editoriale si configura sempre più come curatela consapevole, piuttosto che come mera produzione o distribuzione di testi. In un panorama in cui la produzione di contenuti è potenzialmente illimitata e accessibile a chiunque, la funzione del curatore editoriale consiste nell'attribuire significato, qualità e rilevanza a ciò che viene pubblicato.

L'editore contemporaneo, dunque, non può più essere un semplice aggregatore di pubblicazioni, ma deve conoscere e definire con precisione il proprio pubblico, elaborando un'identità editoriale capace di orientare e guidare il lettore.

Dopo l'attività di filtraggio avviene quella di amplificazione: di fatto comunicare in maniera

effettiva le proprie pubblicazioni, inserirle nel giusto contesto sociale e fare in modo che arrivino con successo al loro target di riferimento. Come abbiamo detto prima, il termine "attività editoriale" non equivale più a "rendere pubblico", ma necessita di un'ulteriore attività di creazione di valore: questo processo ne è imprescindibile. L'amplificazione avviene (anche) attraverso i frame: prima ancora della promozione, è infatti necessario "incorniciare" correttamente i contenuti, definendo il modo in cui essi vengono presentati, percepiti e diffusi. La forma, il linguaggio visivo, la progettazione grafica diventano parte integrante di questo processo: elementi che non solo rendono il contenuto riconoscibile e accessibile, ma ne rafforzano il significato e ne amplificano la portata culturale all'interno del circuito comunicativo contemporaneo. Anche (e soprattutto) queste sono scelte editoriali necessarie alla creazione di valore.

II Il valore dell'editoria

indipendente

Una volta definito il ruolo dell'editore moderno, è il momento di contestualizzarne la presenza nel mercato editoriale. In questo secondo capitolo, infatti, approfondiremo come le case editrici non siano tutte uguali: esse hanno spesso una ragion d'essere e obiettivi molto diversi, che possono variare dalla pura curatela e divulgazione di un messaggio fino alla massima redditività commerciale. Divideremo dunque gli editori in due grandi macro-categorie: gli editori indipendenti e i gruppi editoriali, concentrando l'analisi sulla loro rispettiva influenza all'interno del panorama culturale e mettendo in risalto il valore e il ruolo fondamentale rivestito dagli editori indipendenti.

II.1 Definire l'indipendenza editoriale

INDIPENDENZA, MA DA COSA?

Rachel Noorda (2019) spiega come il termine “indipendente” abbia iniziato a diffondersi nel tardo XX secolo, quando il panorama dell’industria libraria cominciò a mutare, allontanandosi da quella pluralità di imprese editoriali autonome che fino ad allora ne aveva caratterizzato la struttura. Questo processo di conglomerazione rese necessario introdurre un modo per distinguere linguisticamente, da un lato, i nuovi colossi editoriali e, dall’altro, le piccole case editrici indipendenti, di proprietà e gestione autonoma. Nel corso del tempo, il termine ha assunto diverse accezioni nel mondo dei media e, di conseguenza, anche nel panorama editoriale contemporaneo. Spesso, ad esempio, viene associato all’aggettivo “alternativo”, per descrivere un fenomeno di controtendenza tipicamente legato agli editori indipendenti, ma non strettamente necessario per definirli tali. Un altro termine che comunemente viene percepito come sinonimo di “indipendente” è “piccolo”. Sebbene i due concetti si sovrappongano in molti casi (poiché gli editori non legati ai grandi gruppi dispongono spesso di risorse economiche più limitate), utilizzarli come equivalenti è imprudente e può generare confusione e definizioni fuorvianti.

Secondo Federica Guglietta (2018) l’editoria indipendente nasce in contrapposizione a qualcosa: nello specifico, alle figure più forti della grande editoria che, dato il loro vasto potere economico, inglobano gli editori più piccoli sotto la loro gestione, creando grandi gruppi editoriali che concentrano numerose case editrici e di conseguenza acquisendo un grande potere mediatico. L’indipendenza editoriale, quindi, viene definita semplicemente come l’assenza di legami economici con i grandi gruppi editoriali. Questa definizione base, chiaramente, definisce una serie di caratteristiche proprie dell’editore indipendente che ne sono diretta conseguenza: quest’ultimo deve infatti rispondere solo a sé stesso, è responsabile di ogni sua scelta e delle conseguenze che essa comporta. Indipendenza editoriale vuol dire poter compiere scelte editoriali in piena libertà (caratteristica che riporta all’accezione “alternativa” sovraccitata).

A questo proposito, secondo Francesca Mancini (editore di Add Editore):

“caratteristica dell’editoria indipendente è la progettualità, l’individuazione di nicchie culturali, l’attività di scouting di autori emergenti, la cura di ogni singolo autore e titolo pubblicato”.

IL MODUS OPERANDI DEI GRUPPI EDITORIALI

Come abbiamo menzionato nel paragrafo precedente, i gruppi editoriali sono conglomerati che concentrano molteplici case editrici. Come mostrato dalla mappa dell’editoria in Italia dell’AIE, infatti, i quattro maggiori gruppi editoriali (Mauri Spagnol, Feltrinelli, Gruppo Mondadori e Giunti Editore) controllano quasi il 53% del mercato trade, integrando verticalmente la filiera, la distribuzione e i punti vendita. Questo squilibrio, come vedremo in seguito, genera svantaggi consistenti per gli indipendenti, che non possono competere sugli investimenti e sulla marginalità. I gruppi, attraverso acquisizioni, holding e joint venture, hanno inglobato molte case editrici indipendenti sotto la propria gestione, togliendo loro di fatto parte della libertà editoriale.

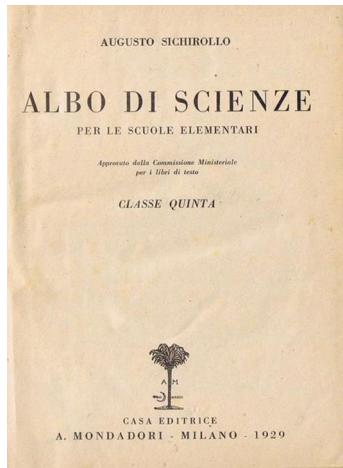
Questo tipo di editoria viene concepito secondo la logica della grande azienda, in cui l’editore assume il ruolo di manager e mira a profitti il più possibile immediati e su larga scala. Tale impostazione porta spesso a una disattenzione nei confronti della qualità, sacrificata a favore del risparmio economico, e a una curatela delle pubblicazioni basata unicamente sull’obiettivo di raggiungere un pubblico il più ampio possibile. In questo modo, però, non si definisce un vero target e non si conoscono i propri lettori, producendo un’offerta editoriale molto standardizzata, nella quale la sperimentazione, la ricerca e l’innovazione non trovano spazio.

Del tema della sperimentazione parla Kevin Duffy in un articolo del Guardian del 2015, in cui spiega come, di fatto, siano gli editori indipendenti a svolgere il lavoro

di selezione dei nuovi autori al posto dei grandi editori. Questi ultimi, infatti, scelgono di non correre rischi, affidandosi ad agenti che individuano autori già lanciati dai piccoli editori e quindi pronti, nell'ottica aziendale orientata al profitto, a compiere un passo successivo (e quindi ottenere un maggiore investimento). Il tentativo è quello di individuare pubblicazioni o autori che, secondo i loro agenti, possano diventare fin da subito del bestseller, senza tenere in considerazione nessuna nicchia, ricercando il "libro perfetto" che possa piacere potenzialmente a tutti. Ma esiste davvero una pubblicazione del genere?

Duffy sottolinea anche come i grandi editori si affidino per la maggior parte alla loro backlist, cioè al catalogo di libri già pubblicati e ancora disponibili per l'acquisto, per sostenersi economicamente. Tuttavia, a causa della loro avversione al rischio, non investono nella costruzione di una frontlist (cioè le novità in uscita) solida, compromettendo così il proprio futuro editoriale.

Albo di scienze per la quinta elementare edito da Mondadori nel 1929.



POLITICA E INDEPENDENZA: IL CASO MONDADORI

Gianluca Ferrara, direttore di edizioni GFE, in un'intervista del 2014 spiega come indipendenza va intesa anche come libertà politica, cioè la libertà di non essere succubi di un partito che promette finanziamenti, e quindi di potersi schierare liberamente dalla parte di ciò che si crede e di poter mandare esattamente il messaggio che si vuole senza dover scendere a compromessi o risultare imparziali. Esempio opposto è sicuramente quello di Mondadori, che fin da subito si è mostrata come una casa editrice filogovernativa e finanziata da partiti tendenti a destra, che ne hanno fortemente influenzato i messaggi e le scelte editoriali prese in più di un secolo di attività.

La Mondadori nasce infatti nel 1907 e, con l'ascesa del regime fascista iniziata pochi anni dopo, si affilia fin da subito a Mussolini in un rapporto di reciproco interesse, ottenendo svariati benefici, come ad esempio l'esclusiva per realizzare un libro di stato per le scuole elementari. Cinquant'anni dopo, nel 1991, la casa editrice entra a far parte di Fininvest, una holding di proprietà della famiglia Berlusconi. Un esempio di caso controverso legato alla holding è quello della pubblicazione del libro "l'Europa dei padroni", la cui edizione originale conteneva una sezione che trattava dei rapporti tra Silvio Berlusconi e il boss mafioso Vittorio Mangano, che viene completamente tagliata nell'edizione edita da Mondadori.

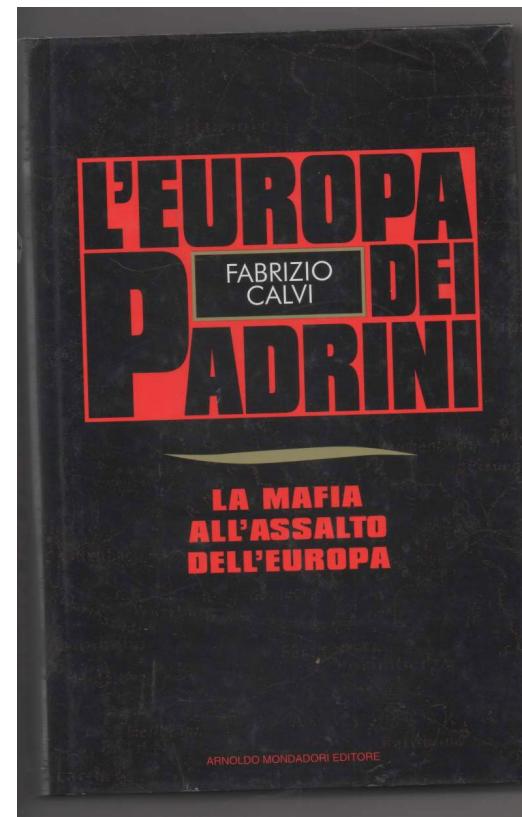
Il caso Mondadori è l'esempio più lampante di come la credibilità e l'autonomia di un progetto editoriale possano venire profondamente influenzate dalla dipendenza economica di una casa editrice rispetto a un gruppo o una holding. In contrapposizione, l'esperienza di realtà indipendenti come Edizioni GFE evidenzia quanto l'autonomia dalle logiche politiche e di potere sia condizione indispensabile per preservare l'integrità del messaggio e la responsabilità etica dell'editore.

IL CAPITALE SOCIALE

Rachel Noorda (2019), per spiegare in modo più approfondito le differenze sostanziali tra grandi gruppi ed editori indipendenti, applica a questo tema di concetto di *capitale sociale* di Pierre Bourdieu, secondo il quale i livelli di capitale sociale posseduti da un particolare agente o organizzazione dipendono da due fattori: dalla dimensione della rete

di relazioni e dai livelli degli altri tipi di capitale (economico, culturale e simbolico) posseduti dalle persone che fanno parte di quella rete.

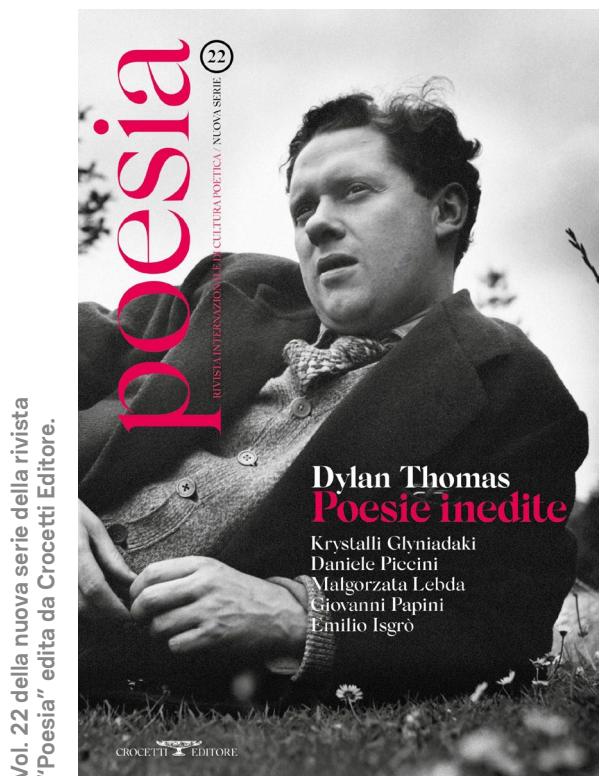
Per i grandi editori, il capitale sociale deriva dalla capacità di operare su larga scala e di negoziare in reti estese. Per i piccoli editori indipendenti, invece, il capitale sociale nasce dalla collaborazione e dallo scambio reciproco di risorse e conoscenze. Questa solidarietà porta vantaggi economici e simbolici, come tariffe agevolate, sostegno dai rivenditori indipendenti e fiducia dei lettori che apprezzano la missione culturale delle piccole case editrici. Essere economicamente autonomi è la definizione più comunemente utilizzata di "indipendente" quando si parla di editori, ma l'autonomia è anche al centro di ciò che significa essere una piccola impresa e rappresenta la filosofia che molti editori indipendenti abbracciano. I piccoli editori, grazie a reti solidali e valori condivisi, costruiscono un modello alternativo di produzione culturale, fondato sulla cooperazione, sulla missione comune e su una maggiore libertà creativa rispetto ai grandi gruppi editoriali.



Copertina di "L'Europa dei Padrini,
edito da Mondadori nel 1994.

II.2 Effetti del monopolio della grande editoria

Sopravvivere, per gli editori indipendenti, non è certo facile nel panorama editoriale moderno: in Italia la possibilità di venire schiacciati o "mangiati" dai grandi editori (cioè le case editrici che pubblicano più di 50 titoli l'anno) è molto concreta. Sebbene infatti i grandi editori rappresentino solo il 15% degli editori italiani, producono circa l'80% dei titoli e il 90% delle tirature. Su 2000 editori attivi, inoltre, chi opera nel piccolo e medio segmento (editori indipendenti, fuori dai grandi gruppi) ricava in media solo il 10 % del prezzo



di copertina, considerando tutti i costi (editing, impaginazione, promozione, distribuzione). La pressione dei grandi gruppi, unita ai costi elevati di produzione e distribuzione, rischia così di limitare la diversità culturale, riducendo la varietà di voci e prospettive presenti sul mercato. In questo contesto, unicità e innovazione diventano strumenti indispensabili per trovare il proprio posto nel settore librario.

L'APPARENTE DIVERSIFICAZIONE DEL MERCATO

A questo proposito, Maria Iervolino (2020) ci parla del fatto che, dato l'aumento di case editrici inglobate dai conglomerati, l'offerta editoriale italiana è solo apparentemente diversificata: la scrittrice fa l'esempio di Crocetti Editore, che infatti, una volta entrata a far parte del Gruppo Feltrinelli nel 2020, ha progressivamente modificato la propria linea editoriale per adattarsi a un pubblico più ampio. Un primo segnale di questo cambiamento è stato il passaggio della rivista Poesia da una pubblicazione mensile a una bimestrale, accompagnato da una nuova distribuzione attraverso la rete Feltrinelli. A partire dal 2021, inoltre, Crocetti ha aperto il proprio catalogo alla narrativa, inaugurando una collana dedicata che conta dieci titoli. Anche alcune scelte editoriali relative ai testi poetici testimoniano questo orientamento: nelle nuove edizioni delle opere di Ritsos, ad esempio, è stato eliminato il testo greco a fronte, scelta che indica una volontà di semplificare il prodotto e di rivolgersi a un pubblico meno specialistico. Questi interventi confermano come l'integrazione all'interno di un grande gruppo possa condurre a una rimodulazione dell'identità editoriale originaria, privilegiando strategie di mercato e criteri di accessibilità a scapito della specializzazione e della qualità filologica che caratterizzavano la produzione indipendente.

Questa standardizzazione dell'offerta viene causata anche dal fatto che le più grandi case editrici sono quasi tutte concentrate nel medesimo territorio: più del 52% degli editori hanno sede nel nord Italia, ma i maggiori gruppi (Feltrinelli, Mondadori, Mauri Spagnol, Giunti) risiedono a Milano e provincia. Questo fenomeno penalizza così l'editoria di territorio, che finisce per avere minori possibilità di visibilità e distribuzione. La concentrazione geografica dei grandi gruppi editoriali riduce infatti le opportunità per le realtà locali, che spesso non dispongono delle risorse necessarie per competere sui

mercati nazionali o internazionali. Ne deriva un effetto di omogeneizzazione culturale: le scelte editoriali tendono a privilegiare opere con potenziale commerciale elevato, a scapito di proposte innovative o radicate nelle specificità locali.

LE DISPARITÀ IN AMBITO DISTRIBUTIVO

Un ambito in cui gli editori indipendenti vengono particolarmente penalizzati è quello della distribuzione, i cui prezzi sono diventati, negli ultimi anni, esorbitanti. Prima di spiegare il perché, però, è necessario comprendere quale sia la funzione di un distributore.

Un distributore si occupa di gestire l'intero processo logistico che va dagli ordini alle spedizioni, fino ai resi e alla rendicontazione, oltre a coordinare i rapporti con la rete dei rappresentanti librari. Assicura anche la presenza dei libri nei magazzini centrali e sulle principali piattaforme di distribuzione, come Fastbook, Libri Diffusi ed EmmePromozione. Anche in questo ambito c'è una forte concentrazione del mercato: circa il 70% della distribuzione libraria è infatti controllata da quattro gruppi, cioè EmmeEffe Libri (nata nel 2015 dall'unione di Messaggerie e Feltrinelli), Distribuzione Libri Mondadori, Agenzia Libraria International (acquistata all'100% da Mondadori) e Consorzio Distributori Associati.

I contratti con i distributori prevedono normalmente una percentuale sul prezzo di copertina che può oscillare dal 55% al 65%, l'obbligo per l'editore di tenere a magazzino un numero di copie per titolo sufficiente a soddisfare gli ordini, soprattutto nei primi mesi, tempi di pagamento che possono arrivare a 6–9 mesi e la gestione dei resi, spesso illimitati, il cui costo ricade interamente sull'editore. Il settore editoriale utilizza infatti ancora oggi il sistema "sale or return", secondo cui i rivenditori possono restituire i libri invenduti all'editore ottenendo il rimborso completo. Questo modello ha origini storiche: nel Medioevo i libri si vendevano solo alle fiere accreditate. Con la diffusione dei volumi rilegati, alcuni librai iniziarono a venderli anche fuori dalle fiere, introducendo il commercio in conto deposito. In questo sistema i libri restavano di proprietà dell'editore fino alla vendita effettiva, principio che si è mantenuto nell'attuale distribuzione libraria.

Queste condizioni, se da un lato garantiscono visibilità e accesso

ai canali tradizionali, dall'altro impongono agli editori indipendenti un notevole sforzo economico e logistico, rendendo la distribuzione uno degli ambiti più penalizzanti per chi non dispone di grandi capitali. Data la grande percentuale sul prezzo di copertina che il distributore acquisisce, i costi per gli editori indipendenti diventano esorbitanti: a questa percentuale, infatti, si aggiungono le spese di editing, impaginazione, stampa e promozione. I grandi gruppi, che invece dispongono di capitali molto più elevati, oltre a controllare la produzione, gestiscono anche la distribuzione e le catene librarie. Ciò conferisce loro un grande vantaggio in termini di visibilità e di penetrazione territoriale, poiché i piccoli editori faticano ad accedere ai canali espositivi migliori, agli scaffali delle catene più grandi e a una promozione efficiente.

Questo fa sì che le librerie indipendenti diventino un canale privilegiato per i piccoli editori: esse, infatti, intrattengono con loro un rapporto più diretto, conoscono meglio i cataloghi di nicchia e sono più attente alle proposte che altrimenti risulterebbero poco visibili. Seppur fondamentali, però, queste librerie sono molto fragili dal punto di vista finanziario: molte di esse chiudono a causa di debiti, insolvenze o difficoltà gestionali.

II.3 Perché tutelare gli indipendenti?

LA BIBLIODIVERSITÀ

Nonostante la tendenza del mercato a essere avverso all'editoria indipendente, come visto nei paragrafi precedenti, la tutela di questa risulta profondamente importante al fine di preservare la bibliodiversità, definita da Treccani come l'equilibrio alternativo nelle scelte editoriali" e dall'Alliance Internationale des éditeurs Indépendants (2007) come la *diversità culturale applicata al mondo del libro*.

Nel concreto, il fenomeno fa riferimento alla diversificazione della produzione editoriale a disposizione dei lettori, i cui principali garanti sono proprio gli editori indipendenti che, grazie alla loro autonomia economica, godono di totale libertà nelle scelte editoriali. I grandi gruppi contribuiscono alla varietà dell'offerta unicamente in virtù della loro massiccia produzione di libri, ma è la completa libertà espressiva degli indipendenti a garantire la pluralità delle idee e la loro diffusione.

ASSOCIAZIONI A TUTELA DEGLI INDIPENDENTI

Sebbene ad oggi la bibliodiversità sia minacciata costantemente dalla concentrazione di capitali e dalla ricerca di profitti elevati, essa viene tutelata da numerose associazioni come l'ODEI (Osservatorio Degli Editori Indipendenti) e l'ADEI (Associazione Degli Editori Indipendenti). Il primo, nel suo manifesto, spiega come la tutela della bibliodiversità rappresenti un presupposto imprescindibile per la sopravvivenza dell'intero ecosistema editoriale, scrivendo nel suo manifesto che

"La stabilità di un ecosistema è data dal suo equilibrio, uno dei nostri scopi è ritrovarlo e preservarlo".

L'associazione dichiara inoltre che *"si propone di rappresentare, sostenere e difendere sia gli editori indipendenti sia l'idea di cultura pluralista e libera di cui sono i principali portatori"*.

Sottolineano come gli editori indipendenti, pur essendo imprenditori, svolgano una funzione di valore anche sociale, e come condizione preliminare per poterla esercitare sia necessario garantire loro opportunità economiche e regole che consentano di vivere dignitosamente. L'ADEI promuove una visione del libro come strumento di inclusione e di partecipazione, legando tra loro editori, librerie, scuole e lettori in un sistema aperto e permeabile, dove la varietà non è semplice somma delle parti ma equilibrio vitale dell'intero ecosistema culturale.

Nel manifesto dell'ODEI, invece, l'associazione denuncia la scarsità dei sussidi pubblici e riflette sulle trasformazioni della filiera editoriale, segnata dalla rivoluzione tecnologica e da un progressivo squilibrio nei rapporti economici: percentuali sul prezzo di copertina più basse, trattamento iniquo da parte delle librerie e un mercato sempre più monopolizzato dai grandi gruppi. In un simile contesto, non è più il lettore a determinare il successo di un libro, ma le strategie di marketing e di visibilità imposte dalle catene di distribuzione.

"In questo sta l'opposizione tra un'editoria che nell'esistenza della diversità e della varietà vede un bene comune, da salvaguardare e difendere, e un'editoria per la quale ogni singola copia venduta corrisponde all'occupazione di una quota di mercato",

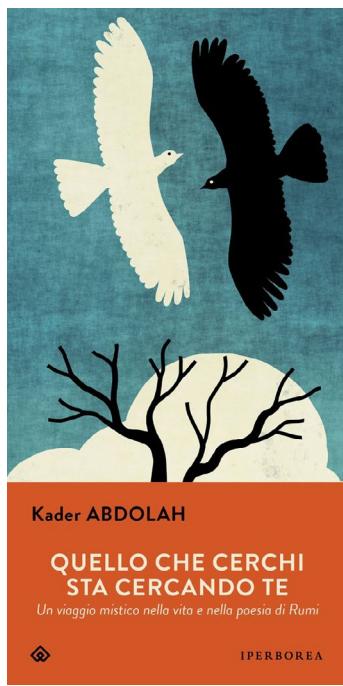
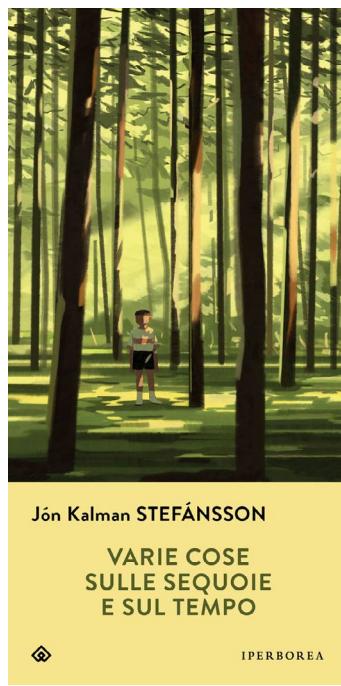
Gli editori indipendenti scelgono di sottrarsi a questa logica competitiva e di riconoscere il libro come bene comune e primario, opponendosi all'appiattimento culturale e alle tendenze globalizzanti. L'obiettivo è quello di preservare un'economia dell'ecosistema editoriale fondata sulla cooperazione, sull'accesso equo ai libri

per tutte le librerie e sulla moltiplicazione dei luoghi di lettura.

LA CURATELA IN PRIMO PIANO

Come già accennato nei paragrafi precedenti, gli editori indipendenti si distinguono spesso dai grandi gruppi editoriali per la curatela del proprio catalogo e per la predilezione della qualità del loro prodotto rispetto al guadagno economico. Federica Guglietta (2018), a questo proposito, parla della cura delle edizioni come fattore che contraddistingue il lavoro delle case editrici indipendenti, portatrici sane del valore dell'editoria concepita come artigianato. In questo senso, la dimensione artigianale si traduce non solo in attenzione alla dimensione grafica e quella dell'oggetto-libro, alla traduzione o alla scelta dei titoli, ma anche in una visione

Due volumi editi dalla casa editrice Iperborea



etica e culturale del fare editoria, che mira alla costruzione di un catalogo coerente e significativo, più che al perseguitamento di un immediato ritorno economico.

Accade spesso, infatti, che i curatori e gli editori indipendenti affianchino al loro lavoro una seconda professione e mirino principalmente al sostentamento economico del progetto editoriale. Il profitto, quando esiste, viene solitamente reinvestito nella produzione di nuovi titoli o nel miglioramento della qualità editoriale, in un'ottica di crescita sostenibile e di responsabilità culturale. L'obiettivo non è l'accumulazione di capitale, ma la costruzione di un'identità editoriale riconoscibile, capace di dialogare con un pubblico consapevole e partecipe.

Allo stesso tempo, esistono fenomeni più lungimiranti che si inseriscono direttamente in mercati settoriali (spesso da essi stessi creati). Queste realtà contribuiscono non solo alla diversificazione dell'offerta editoriale, ma anche alla formazione di nuove comunità di lettori e di autori, mantenendo viva la funzione culturale dell'editoria come spazio di ricerca, sperimentazione e libertà creativa.

RETI E COMUNITÀ

Per un progetto editoriale indipendente e sostenibile è quindi necessario dedicarsi a costruire un rapporto con la propria utenza. Lo spiega Joe Biel, editore di Microcosm (2025): Senza nessun contatto reale con il lettore il mercato si trasforma in un'incognita in cui tutto dipende dalla fortuna. Nelle grandi case editrici i libri non hanno niente a che fare l'uno con l'altro, non seguono un'etica o un tema, l'editore è completamente distaccato dai lettori. L'opportunità dei piccoli editori è proprio il legame che hanno con la loro utenza e con il territorio, perché ne hanno a cuore i temi e i valori.

Karin De Jong, da PrintRoom (2025), aggiunge che l'editoria indipendente non è "di nicchia": conta la relazione che costruisce con il pubblico, non la sua dimensione. Anzi, il vero eccesso è l'opposto: quando qualcosa pretende di essere per tutti, si svuota e finisce per non parlare davvero a nessuno. L'indipendenza funziona perché sceglie una direzione chiara e crea legami autentici, non perché punta su un pubblico ridotto.

Questi rapporti vengono instaurati anche attraverso gli eventi:

workshop, presentazioni, fiere creano un ulteriore collegante tra editore e utenza. Kimi Hanauer, editore di Press Press (2025) fa l'esempio di come loro sono in grado di facilitare i loro workshop collaborativi, conversazioni e manifesti grazie alla loro capacità di lavorare in modo riflessivo, modellando la forma che i progetti assumono attorno alle persone coinvolte. Hanauer aggiunge che danno sempre priorità al processo rispetto al prodotto, poiché considerano le relazioni che si formano tra i collaboratori una parte centrale del lavoro.

Le fiere del libro sono sicuramente uno dei modi più efficaci per entrare a contatto diretto sia con il pubblico che con il resto della filiera produttiva. Esse offrono infatti un ambiente flessibile ed economico per molteplici obiettivi commerciali e di marketing, ma soprattutto favoriscono incontri diretti e la costruzione di relazioni con i clienti. Anche in questi contesti, però, la disparità si fa sentire: Brian Moeran (2008) parla infatti di come la visibilità alle fiere si traduce in una sorta di consumo vistoso: i grandi editori spendono molto in stand personalizzati, che però possono riutilizzare in altre fiere per rafforzare la propria brand identity, mentre i piccoli editori, che hanno un budget significativamente più basso, si devono "accontentare" di stand più modesti che ne penalizzano la visibilità.

Foto dal festival "Più Libri
Più Liberi, a Roma



Per questo motivo sono importanti fiere dedicate nello specifico all'editoria indipendente, come Più Libri Più Liberi, una fiera romana dedicata alla piccola e media editoria, oppure Book Pride, una fiera dell'editoria indipendente che si tiene ogni anno a Genova.

Nonostante le disparità strutturali che persistono nel settore, queste reti di relazione rappresentano la vera forza dell'indipendenza editoriale, permettendo ai piccoli editori di affermare identità chiare, riconoscibili e profondamente radicate nelle comunità che le sostengono.

Foto del festival "Book Pride", a Genova.





Tre piccoli editori

Dopo aver definito l'importanza di sostenere l'indipendenza editoriale (e i mezzi con cui farlo), è opportuno dare esempi più concreti per capire a fondo il contesto di cui stiamo trattando: il seguente capitolo tratterà perciò tre casi studio di piccoli editori indipendenti, attraverso i quali verranno messi in pratica i temi trattati nel capitolo precedente. Gli editori presi in esame sono tutti e tre collocati tra Basilicata e Puglia, per creare continuità con quella che sarà la committenza del progetto basato su questa ricerca, e sono stati intervistati tra luglio e agosto 2025.

I primi due editori presi in analisi (Giannatelli Edizioni e ZicZic) si concentrano principalmente sul tema del territorio, valorizzando autori e artisti meridionali per dare voce alla loro terra, mentre Scritture & Zabar, pur basato in Puglia, porta avanti un progetto di pubblicazioni a tema didattico, incentrate sul tema della grafica e del design. Come si avrà modo di capire nel corso del capitolo, ognuna di queste case editrici presenta un punto in comune con la nostra committenza, in modo tale da poter analizzare realtà che possano contribuire a contestualizzare e portare avanti il progetto.

III.1 Edizioni Giannatelli

La prima casa editrice che si andrà a trattare è Edizioni Giannatelli: delle tre è quella attiva da più tempo (più di trent'anni), basata su Matera e gestita unicamente da due persone. Chiara e Marilina sono due sorelle figlie di tipografi che, una volta laureate, hanno deciso di seguire le orme del padre rimanendo nell'ambito editoriale.

LA CASA EDITRICE

"Quando abbiamo aperto noi qua a Matera, forse, c'era una sola casa editrice, poi erano le tipografie che facevano anche gli editori. Quindi era un terreno abbastanza fertile, se vuoi, anche se da pazze, perché due donne non è stato molto facile. [...] Abbiamo avuto sempre un po' questa cosa dell'essere donne, negli anni 90, perché quando senti dire "ma tu sei l'amica di..." magari voi siete un po' più libere ora, non vi fate questi problemi, però noi questa pressione l'abbiamo sentita perché siamo al 100% femminile. Quindi a maggior ragione abbiamo voluto dimostrare... Siamo sempre state solo noi due."

Chiara e Marilina raccontano nella loro intervista del perché abbiano scelto di rimanere sul territorio: dapprima per ragioni pratiche (poiché a Milano, dove hanno entrambe studiato all'università, non si trovava molto lavoro) per poi dedicarsi con passione a una pratica che sul loro territorio, al tempo, mancava: quella dell'editore. Decidono quindi di dedicarsi proprio alla valorizzazione del territorio della Basilicata, impegnandosi nella narrazione di esso e nella valorizzazione dei suoi autori.

La prima pubblicazione in assoluto fu una collezione di 36 cartoline dedicate alla città. All'epoca non c'era ancora molto materiale specifico, né fotografico

né editoriale. In seguito la casa editrice iniziò a dedicarsi ai libri, in particolare alle prime guide del parco, diventando progressivamente sempre più specializzata. La produzione editoriale partì proprio dalle guide: ce n'erano poche e spesso erano vecchie edizioni realizzate da tipografie locali, come la guida del dottor Padula. In quegli anni, inoltre, Matera era appena stata riconosciuta come sito UNESCO e il turismo cominciava a crescere. Questo favorì ulteriormente la scelta di concentrarsi sulle pubblicazioni legate al territorio. Attualmente la casa editrice pubblica la propria guida, La città dei Sassi, in sette-otto lingue: francese, inglese, tedesco, russo, spagnolo e altre ancora. Con il tempo si sono aggiunte anche produzioni più ampie, dai libri fotografici ai saggi, fino a collane più strutturate.

Negli ultimi anni, con la nascita di nuove case editrici e di riviste dedicate al territorio, lo spazio per questo tipo di pubblicazioni ha iniziato ad assottigliarsi. Poiché la casa editrice non si occupa quasi di narrativa, gran parte del racconto sul territorio è ormai stato approfondito. Per questo si sta cercando di orientare la produzione verso nuovi ambiti, pur mantenendo il nucleo principale del lavoro legato alle tematiche locali.

RAPPORTO COL TERRITORIO

"Abbiamo molti autori che sono locali, ovviamente, con la comunità lavoriamo fino a un certo punto. Matera è una piazza molto strana, forse è così anche in altre città, nel senso che non amano dare spazio soprattutto alle novità [...] i nostri progetti sono quasi tutti fatti con le nostre forze tranne in alcuni casi perché purtroppo noi abbiamo sempre questa percezione di Matera come un grande paesone, e quindi noi siamo state sempre molto in equilibrio."

Chiara prosegue raccontando che nel tempo la casa editrice si è costruita una rete di contatti propri, nati esclusivamente dal lavoro e dalla stima professionale. Il passaparola ha avuto un ruolo fondamentale: oggi, infatti, arrivano proposte anche da fuori Matera da parte di autori che desiderano pubblicare con loro. È stato un percorso difficile, ma non devono dire grazie a nessuno. Nel panorama locale, infatti, non sono mancati studi grafici ed editori "meteora" che hanno avuto un breve exploit legato alle persone giuste, per poi scomparire quando le circostanze sono cambiate. Loro, invece, insieme a poche altre realtà editoriali storiche, sono presenti e attive da molti anni: una continuità che, di per sé, rappresenta un valore e un riconoscimento del lavoro svolto.

Con il tempo sono riusciti anche a stringere collaborazioni con l'Università di Bari, a lavorare con un docente dell'Università di Roma e a coinvolgere professionisti che, paradossalmente, non trovano opportunità lavorative locali. Operano anche in provincia e, spesso, lavorano più fuori che sul territorio stesso. Ciononostante, rimangono fermamente intenzionati a continuare a pubblicare opere legate al territorio, che resta il cuore della loro identità editoriale.

LA CURA EDITORIALE

"Questo mestiere è bellissimo, io ne sono innamorata, è faticoso però ti dicevo: abbiamo preferito rimanere piccole, facciamo quello che vogliamo, ci possiamo permettere di dire no."

Chiara spiega come la loro indipendenza editoriale è estremamente importante per loro, poiché dà forma alla loro offerta e identità. Curare ogni aspetto di ogni libro, dice l'editrice, fa imparare qualcosa di nuovo e permette di studiarne la forma con dettaglio. Questo le rende diverse dalle grandi case editrici, che hanno

un'offerta più standardizzata: gabbie, carta, formati sempre uguali.

"Non è facile perché purtroppo il mercato del libro si sta comprimendo e anche le aziende cartarie stanno riducendo tantissimo i tipi di carta, quelli che c'erano una volta non li fanno più e quindi si vanno molto sulle patinate semplici, sulla usomano. Ora è diventato anche un po' difficile il mercato del libro: noi prima avevamo delle tirature molto più alte, ora si vende meno, si legge meno, appunto, tranne nel caso della narrativa, però lo vedi, i libri che sono prima in classifica, che carta usano."

Un'altra problematica che sta a cuore delle due sorelle è quella del self publishing: si pubblica tantissimo, ma la maggior parte di questi libri non vengono letti mai da nessuno. A livello di prodotto, per loro, hanno scarsissimo valore: le scelte progettuali vengono prese nella maggior parte dei casi senza criterio, da chi non capisce di editoria o grafica, e la stessa cosa vale per l'attività di editing.

PUBBLICARE NEL MONDO DIGITALE

"Ti posso rispondere come Eco, come Umberto Eco, che le cinquecentine le leggiamo ancora, i floppy disk non lo leggiamo più. Tu la carta comunque la leggi, è un supporto trasversale per tutti, perché non bisogna avere fior di computer per poter leggere. Io ti dico che noi stiamo ancora resistendo. Io non ho ancora pubblicato un ebook."

Si parla del valore della carta: nonostante ci siano dei chiari vantaggi riguardanti gli ebook (ad esempio il minore spazio occupato), secondo le due sorelle la generazione che è stata più influenzata dalla moda dell'ebook è stata la loro (45-50 anni). Allo stesso

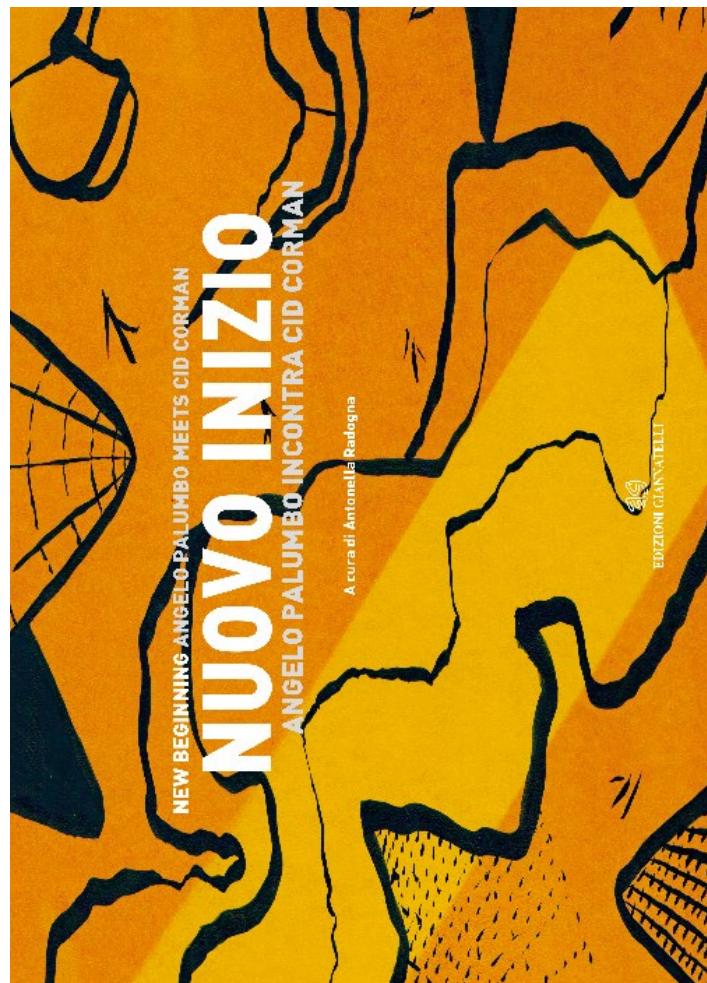
tempo riconoscono che il digitale risulta utile in contesti specifici, ad esempio per tecnici o professionisti che viaggiano molto e devono consultare manuali voluminosi.

Per loro la carta non è destinata a scomparire: forse cambierà, forse si ridurrà la varietà e la qualità dei materiali, ma l'oggetto libro (concreto e tangibile) continuerà a esistere. La tendenza potrebbe evolvere verso il print on demand, oggi supportato da macchinari capaci di offrire anche ottima qualità fotografica, pur con tirature minime. Accanto a questo, continueranno a sopravvivere le tipografie d'arte che lavorano ancora con caratteri mobili, producendo libri splendidi e preziosi, veri oggetti da collezione. Il rischio, osservano, è che il libro cartaceo diventi sempre più un prodotto d'élite, complice l'aumento incontrollato del prezzo della carta, iniziato già con l'introduzione dell'euro e aggravato da crisi successive come la pandemia e la guerra. Con la scomparsa di molte cartiere italiane, assorbite dai grandi gruppi rimasti a dettare il mercato, produrre libri è diventato sempre più difficile e costoso.



“I misteri delle cento caverne”,
romanzo ambientato nella
Murgia materana.

"Era come entrare nelle cose", libro fotografico di Domenico Notarangelo.



Libro di poesie, in inglese e dialetto materano, illustrato.

III.2 ZicZic Edizioni

LA CASA EDITRICE

ZicZic è una piccolissima casa editrice con sede a Bari, che ha come principale filone di ricerca e pubblicazione la narrazione di luoghi, paesaggi e storie con linguaggi inediti e supporti di fattura artigianale. È gestita anch'essa da due donne: Silvia e Lila. Queste ultime, però, sono più giovani: la casa editrice è infatti nata nel 2017, quando il gruppo partecipò al bando regionale PIN (Pugliesi innovativi). L'idea iniziale non era ancora quella di creare una casa editrice strutturata, ma di portare avanti l'associazione ZicZic, nata per realizzare attività laboratoriali che culminavano sempre in un prodotto stampato.

In origine il progetto era legato soprattutto all'auto-produzione, al lavoro collettivo, alla ricerca più che alla pubblicazione di veri e propri libri. All'interno di ZicZic prende poi forma il ramo editoriale. Il gruppo era composto da tre giovani donne – due di Polignano e una di Noicattaro – tutte con una formazione in architettura ma accomunate dalla passione per la produzione cartacea, dal libro alle stampe. Non a caso il sottotitolo scelto per il progetto era "microeditoria e territorio", a indicare fin da subito la direzione e l'identità del loro lavoro.

"Un po' anche per raccontare tutto il territorio, la nostra idea... erano gli anni in cui Polignano iniziava a diventare turistica, e quindi volevamo provare a raccontare qualcosa di più. Forse già allora era diventata... Polignano la città sul mare, di pescatori. Non era quella la città: era contadina, viveva di un'altra economia, i pescatori c'erano solo a San Vito. Quindi provare a rendere più note le cose più vere. [...] E quindi da là abbiamo poi incontrato a poco a poco varie realtà sempre legate al territorio, sempre varie associazioni, varie

cose che ci hanno permesso magari di parlare anche di altre realtà, parlare di altro, creare un po' un racconto condiviso, un racconto collettivo"

I WORKSHOP E LA COLLETTIVITÀ

"Dove abbiamo l'occasione di fare questo tipo di lavoro sul nostro territorio, cerchiamo di fare una cosa che ci piace. Siamo interessate anche all'aspetto più associativo, diciamo così, perché effettivamente poi sono quegli strumenti che ti permettono di conoscere il tuo territorio e di iniziare anche a guardarlo con occhi diversi."

Silvia e Lila fanno l'esempio di Gita Fuori Porta, un percorso organizzato a Polignano lo scorso aprile, culminato in una piccola pubblicazione dedicata al paesaggio costiero e rurale di Polignano a Mare, che raccoglie riflessioni e pensieri sul territorio del Parco Naturale Regionale di Costa Ripagnola. A settembre il progetto è proseguito con un workshop di fotografia. Questo tipo di iniziative nasce spesso dall'incontro con altre realtà che condividono interessi affini: il racconto del territorio, sia nella sua dimensione naturale e paesaggistica sia in quella sociale. ZicZic porta avanti questi temi attraverso laboratori, masterclass o progetti collettivi come Agro, un libro composto da molte voci, per il quale hanno curato direttamente la selezione di autori e autrici.

COLLABORAZIONI E PROCESSO PROGETTUALE

Il processo editoriale di ZicZic varia di molto in base al tipo di progetto e alle risorse coinvolte. Alcune pubblicazioni arrivano già in una forma quasi compiuta, come nel caso di Puglia, in cui ZicZic ha curato soprattutto l'impostazione grafica e la distribuzione,

lavorando comunque in coprogettazione per definire gli elementi visivi e funzionali del libro. In altri casi, come Dal Giardino, il lavoro nasce praticamente da zero: l'unico materiale di partenza erano le fotografie, e tutto il resto (il testo, la struttura narrativa, l'organizzazione delle immagini) è stato costruito insieme agli autori passo dopo passo.

Diverso ancora è stato il percorso di Corale, inizialmente immaginato come un catalogo dell'esperienza triennale vissuta in Umbria. Il confronto con il collettivo e l'analisi del materiale fornito hanno portato invece a ripensare la forma del libro, trasformandolo in un racconto più ampio capace di restituire non solo le attività svolte ma anche le motivazioni profonde e i processi che avevano generato quelle esperienze. In ogni caso, il metodo resta flessibile: ZicZic adatta struttura, ruoli e tempi del lavoro a ciò che ogni progetto richiede e a ciò che ciascun gruppo creativo porta in campo.

IL CONFRONTO CON L'EDITORIA CLASSICA

"È come se noi proseguissimo per la nostra strada senza essere realmente intercettate da nessuno. Anche se esistono dei punti di contatto, per esempio quando registriamo un ISBN, nel momento in cui generiamo quel codice finiamo automaticamente in un database generale, dove compaiono tutti. Di conseguenza i nostri libri appaiono subito sulle piattaforme come Amazon, Unilibro, IBS, Feltrinelli: è nella loro politica cercare di vendere tutto ciò che viene pubblicato. Però, in realtà, non si sono mai interfacciati direttamente con noi, se non qualche piccolo distributore."

Le editrici continuano spiegando che loro non riescono a sostenere i prezzi della grande distribuzione, che si prende circa il 40% del prezzo di copertina. Un altro 30% va alle eventuali librerie, e aggiungendo i prezzi di stampa (che nel loro caso, stampando

principalmente in risografia, non sono bassi) all'editore non rimarrebbe quasi nulla, contando che le loro tirature rimangono sempre sotto le 1000 copie. Detto ciò, sottolineano che hanno un target molto diverso dalla grande editoria: quando si esce fuori dall'ambito della narrativa e dei libri d'arte estremamente commerciali, tutto quello che diventa libri d'autore, di fotografia o cataloghi d'arte ha già un altro sistema distributivo.

"Qui, per dire Puglia, anche Salsa, sono ad esempio alla Feltrinelli di Bari, anche a Lecce, perché lì c'è stato un contatto diretto. È l'autrice di Puglia che aveva chiesto un contatto e noi abbiamo incontrato i responsabili di Feltrinelli qui a Bari, e loro poi hanno deciso di fare un acquisto diretto di alcuni titoli, tra l'altro con gli stessi margini di altre librerie indipendenti che si muovono allo stesso modo, quindi alla fine anche con una modalità per noi già conosciuta"

GLI STAMPATI COME SPAZIO

"Per come la vivo io, la carta stampata è uno spazio. Anche Internet è uno spazio, però è uno spazio in cui perdersi molto facilmente. Il libro, invece, ti permette ancora di restare dentro qualcosa in maniera tranquilla: sei tu a scegliere, non sei mai davvero sopraffatto. Certo, ci sono le vetrine, le copertine che hanno quell'obiettivo, però il livello di scelta, secondo me, è comunque maggiore. E questa è una cosa importante, anche rispetto all'uso che faccio io di Internet: il libro resta uno spazio di tranquillità. C'è poi l'esigenza di vedere qualcosa di stampato, sia come lettore di tutti i libri che esistono, sia come editrice, come autrice che vuole vedere un oggetto finito. È come se dare uno spazio, creare appunto un oggetto, fosse considerato quasi un arrivo, una conclusione."

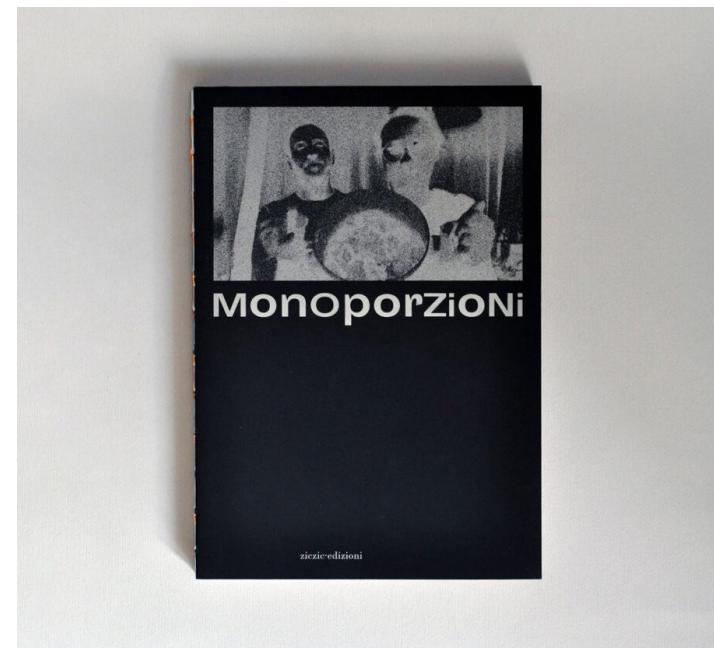
Silvia e Lila concludono parlando della pubblicazione di un libro inteso, tra le altre cose, come punto di arrivo di un progetto, a differenza di siti web o pagine social media che per loro natura evolvono e cambiano in continuazione. Il libro è testimonianza e cristallizzazione del giorno in cui è stato pubblicato.

“La festa dei sepiici”, tre libri che parlano di rituali collettivi di diversi paesi del sud Italia.



80

TRE PICCOLI EDITORI



ZICZIC EDIZIONI

“MonoporZioni”, libro di ricette e saggi sull'inclusione sociale.

81

"Salsa", libro che racconta il rito della produzione della salsa di pomodoro nei mesi estivi.



Guida illustrata di
Polignano a Mare.



"Gita fuori porta",
fanzine.

III.3 Scritture & Zabar

LA CASA EDITRICE

L'ultimo editore preso in analisi differisce dagli altri due in diversi ambiti, ma rimane ugualmente coerente al contesto del progetto, la cui committenza è una casa editrice che, tra le sue pubblicazioni, ha intenzione di produrre anche libri con funzione didattica. Scritture & Zabar è infatti una piccola casa editrice con sede ad Altamura (ma attiva su tutto il territorio italiano, con membri sparsi in diverse regioni) che si specializza sulla pubblicazione di libri a scopo didattico, a tema grafica, tipografia ed editoria. Nasce nel 2010 con Principi Attivi, un progetto della regione Puglia atto a finanziare attività portate avanti da giovani, senza necessariamente l'intenzione di fare impresa.

"Zabar nasce nel 2010 e si costituisce come associazione. Negli anni è stato definito come collettivo, gruppo aperto di designer, grafici col pallino dell'autoproduzione e dello scambio di saperi, ma principalmente è un gruppo di amici. Molti di noi hanno vissuto insieme, condiviso esperienze lavorative e, prima ancora, di studio. In circostanze come queste nasce del tutto spontaneamente quello che chiamiamo "rimescolamento", ossia lo scambio dei saperi, la curiosità, la spinta a intervenire sui processi non solo progettuali ma anche produttivi. Per questo negli anni ci siamo dedicati alle nostre professioni, ma abbiamo sempre avuto in grande considerazione la didattica, e non parliamo solo di quella istituzionale (scuola e università) ma anche quella più informale, fatta di laboratori in cui si sperimenta sulla stampa e la legatoria, in cui si realizzano da zero fanzine con persone che nella vita si occupano di tutto fuorché di grafica."

LA COLLANA SCRITTURE

Zabar da anni si occupa di una riedizione della collana Scritture, nata negli anni '90 grazie a Giovanni Lussu e Michele Baraghini (insieme a numerosi altri collaboratori come Daniele Turchi, Angiolo Bardinelli e Roberto Iacobelli), edita da Stampa Alternativa.

"A parte il formato (quasi sempre) A5 e le copertine (quasi sempre) stampate in nero e rosso, ogni titolo viene trattato a modo suo: caratteri tipografici, gabbie, criteri di impaginazione e norme di editing possono variare da volume a volume. Paradossalmente, sarà il carattere autoreferenziale di ognuno dei 25 titoli a conferire alla collana l'inasuale configurazione d'insieme con cui la conosciamo oggi."

Michele Colonna, membro della casa editrice, racconta di come nel 2019 lo stesso Giovanni Lussu confessò a lui e Enzo Ruta il fatto che Stampa Alternativa stesse passando un periodo un po' difficile, e che non trovassero altri editori disposti a pubblicare Scritture con rispetto delle loro scelte editoriali iniziali. La pubblicazione della collana era portata avanti solamente attraverso il print on demand, soluzione non ideale a parere di tutti coloro che ci lavoravano, date le numerosissime rinunce e compromessi sulla qualità della stampa, della carta e dell'allestimento.

Lussu chiede quindi a Colonna e Ruta se loro, con Zabar, fossero disposti a rimettere in piedi le loro pubblicazioni e continuare il progetto iniziato negli anni 90: nasce così Scritture & Zabar.

Michele mi parla delle loro pubblicazioni come "libri belli per gente cui piacciono i libri", ovvero volumi realizzati con cura artigianale, cuciti a filo refe e stampati su carte Fedrigoni, perché destinati allo studio e all'uso quotidiano, non a essere guardati e basta. Non "libri belli che nessuno legge", ma oggetti pensati per durare, essere sottolineati, prestati, perfino maltrattati.

Al tempo stesso, nessuna chiusura verso il digitale: anzi, l'idea è di affiancare a certi titoli anche edizioni digitali, dove il contenuto lo consente, riconoscendo che la lettura su schermo e quella su carta hanno entrambe vantaggi e limiti. La dimensione analogica, però, rimane imprescindibile per la collana: il libro fisico vive, circola, cambia mani, si può rivendere su Vinted, entrare in biblioteche personali e condivise, e proprio per questo continua a essere il cuore del progetto.

LE PROBLEMATICHE LEGATE ALLA DISTRIBUZIONE

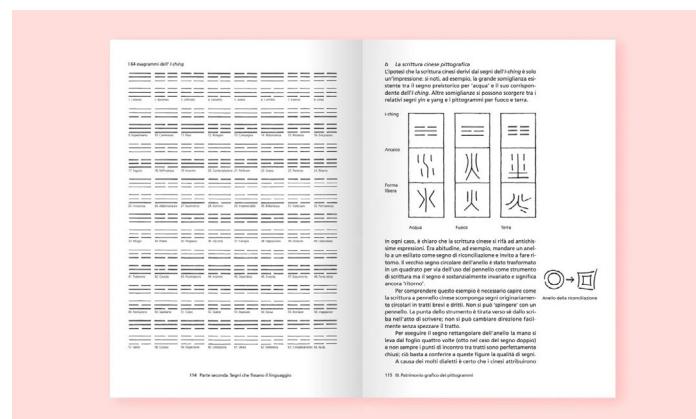
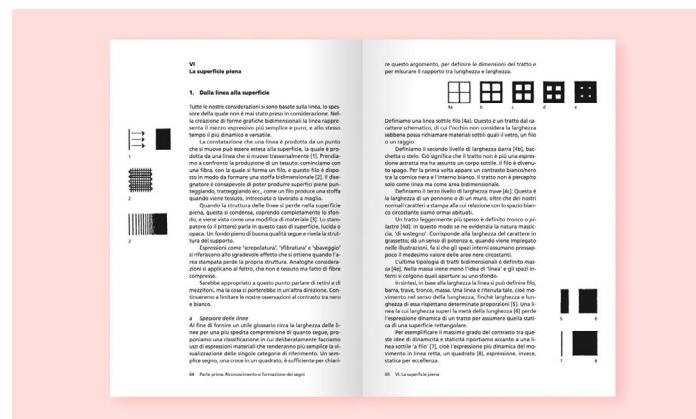
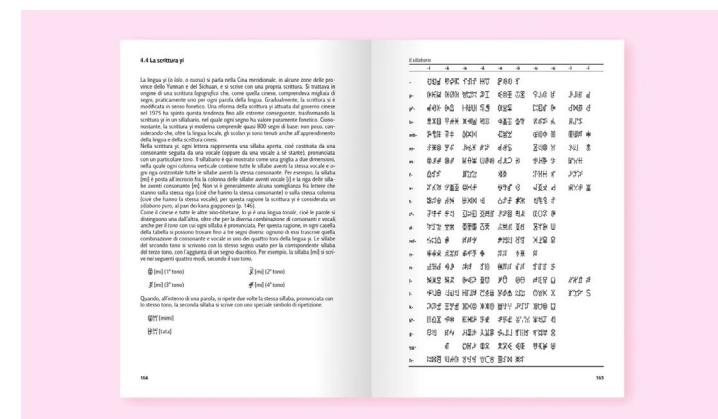
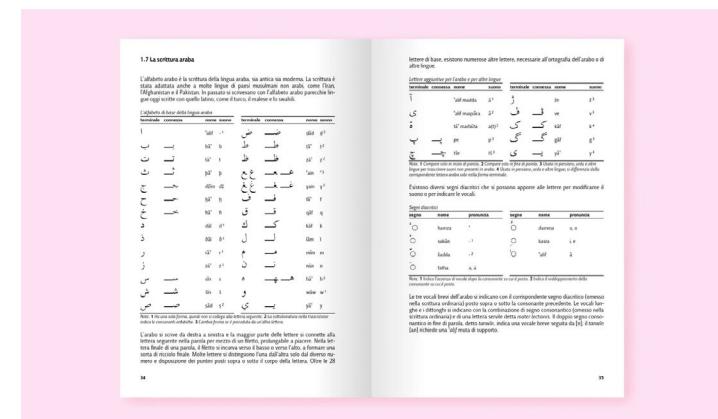
Colonna conclude raccontando che la rinascita della collana si scontra però con uno dei nodi più critici dell'editoria italiana: la distribuzione. Un editore può scegliere la via diretta oppure affidarsi a un distributore che faccia da tramite con le librerie, ma il mercato nazionale soffre una forte concentrazione, e per un piccolo editore questo rappresenta un ostacolo quasi insormontabile: le condizioni prevedono che il distributore trattienga fino al 60% del prezzo di copertina, costringendo a valutazioni economiche che snaturerebbero il progetto, imponendo prezzi molto più alti rispetto all'intento di mantenere i libri accessibili.

Per questo Zabar ha scelto volutamente di non entrare nella grande distribuzione, preferendo il proprio sito come canale principale di vendita. Una scelta coerente con la filosofia della collana, ma che implica la rinuncia a una fetta consistente di mercato: i ricavi vengono reinvestiti per sostenere il progetto, senza che ci sia un reale guadagno economico.



"Proto Tipi", libri su come costruirsi una stamperia artigianale.

"Non Legitur", guida
alla comprensione e al
funzionamento di diversi
sistemi di scrittura.



"Segni e Simboli", esplorazione
di Adrian Frutiger dei concetti
di significato e segno.

IV Fae Nuff

Come già spiegato nell'introduzione di questa tesi, la ricerca sviluppata nel corso dei tre capitoli precedenti ha avuto l'obiettivo di contestualizzare il processo progettuale di Fae Nuff: una breve antologia di fiabe le cui peculiari caratteristiche, che verranno analizzate nel dettaglio nel presente capitolo, saranno valorizzate attraverso una progettazione editoriale consapevole, che rappresenta la conclusione e l'applicazione pratica della ricerca. Il risultato di questo lavoro vuole essere un prodotto inseribile con facilità nel mercato editoriale, senza scendere a compromessi sulla qualità e rispettando le esigenze di un nascente editore indipendente.

IV.1 StoryStones Books

LA (NASCENTE) CASA EDITRICE

Questa prima parte del capitolo tratterà della committenza, cioè la casa editrice responsabile della futura produzione dell'antologia: StoryStones Books, il cui editore, Paul Freebury, è anche l'autore di Fae Nuff.

La casa editrice, ancora in fase embrionale, nasce a Matera per iniziativa di un inglese che vive in città da ormai più di dieci anni e con la quale ha sviluppato un forte legame. Paul lavora come insegnante in una scuola di lingue insieme alla sua partner: è proprio da quest'ultima che nasce l'idea di aggiungere un elemento editoriale alla scuola, per spezzare la ripetitività delle lezioni e, come vedremo in seguito, proporre soluzioni a esigenze emerse nel corso degli anni di insegnamento. Paul disponeva inoltre di molto materiale (principalmente racconti e qualche breve romanzo) scritto da lui e che desiderava pubblicare da tempo: nasce così StoryStones Books, una casa editrice indipendente che deve il suo nome ai Sassi di Matera.

Per il momento le poche pubblicazioni in programma sono tutte opere dell'editore stesso, ma, come racconta lui, l'intenzione è quella di ampliare il catalogo e instaurare collaborazioni con altri autori, mantenendo però una forte selettività. Vorrebbe infatti lavorare con persone che vivono nella sua stessa città, per valorizzarne l'offerta culturale, o, in alternativa, con autori che già conosce molto bene.

IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO

I legami di StoryStones Books con Matera non si limita al nome: la casa editrice mira, infatti, a instaurare un rapporto attivo con il territorio, sia attraverso i temi trattati nelle pubblicazioni che tramite la creazione di legami concreti con la comunità. Uno dei primi progetti in programma, ad esempio, è un graphic novel ambientato a Matera 8.000 anni fa, scelta che riflette l'interesse dell'editore per la storia millenaria della città e per il potenziale narrativo offerto da un luogo abitato ininterrottamente per così tanto tempo. L'opera nasce da un'idea sviluppata negli anni, inizialmente concepita come una trama

intrecciata tra passato, presente e futuro, che tuttavia è stata poi focalizzata unicamente sulla parte preistorica, ritenuta la più autentica e significativa.

Accanto ai progetti editoriali, Paul intende organizzare presentazioni e iniziative culturali radicate nella città. Per il primo libro di narrativa, ad esempio, immagina un lancio nei Sassi accompagnato da una mostra multimediale immersiva, mentre per altre pubblicazioni vorrebbe realizzare letture pubbliche presso la biblioteca e collaborare con le librerie locali, anche attraverso la donazione di materiali e attività con il pubblico. L'obiettivo è valorizzare e alimentare il panorama culturale materano, offrendo alla comunità l'opportunità di seguire il lavoro di un autore non originario del luogo ma profondamente legato alla città che lo ha accolto, e che continua a osservarla con uno sguardo appassionato e curioso.

PIANI FUTURI

Le pubblicazioni pianificate dall'editore si dividono in due parti principali: la produzione didattica da un lato, la narrativa dall'altro. Per quanto riguarda la prima, Paul si pone l'obiettivo di offrire strumenti che siano realmente utili a insegnanti ed educatori, con particolare attenzione nei confronti di coloro che lavorano con i più piccoli.

L'intenzione è infatti quella di progettare libri che traducano in modo strutturato l'esperienza maturata



Logo di
StoryStones Books

negli anni di insegnamento, adottando un approccio più concreto nei manuali teorici, spesso distanti dalla quotidianità dell'aula. I materiali seguiranno l'arco di un intero anno accademico: ogni unità corrisponderà a un mese e includerà letture e attività accompagnate da indicazioni per adattarne la difficoltà, rendendole fruibili da livelli diversi. L'idea è quella di creare risorse flessibili, nate per rispondere a esigenze reali e per semplificare la vita quotidiana degli insegnanti.

Per quanto riguarda la narrativa, invece, la direzione che Paul vuole prendere è quella di letture "feel good", che trattano svariate tematiche, anche poco leggere (ad esempio quella della salute mentale, oltre che al racconto del territorio di cui parlavamo prima). I libri saranno semplici, godibili, che possano essere presi in mano più volte per offrire un momento di sollievo durante la giornata. L'editore-autore definisce una sorta di nuovo genere, che lui chiama "self-help literary fantasy" (letteralmente: fantasy di auto-aiuto) che caratterizza parte della futura produzione. Accanto a questi progetti trovano spazio opere molto diverse tra loro: una graphic novel, una futura commedia ancora in fase di definizione, un libro di fiabe.

La prima pubblicazione in programma, ad esempio, si chiama *The Land of Spartum*, e segue il filone dei libri feel good menzionati poco fa. È molto interessante sotto diversi punti di vista: tratta del delicato tema della sofferenza dell'aborto spontaneo, attraverso il breve racconto illustrato di un viaggio attraverso una terra fatata, il cui protagonista è proprio un figlio mai nato. È inoltre una pubblicazione mixed media: pensata per essere fruita su supporto cartaceo, prevede per ogni capitolo un collegamento a un brano strumentale che ne accompagna l'esperienza narrativa.

Paul è infatti aperto all'uso del digitale nelle sue pubblicazioni, purché consapevole: nonostante la preferenza per il supporto fisico, infatti, ne apprezza l'utilizzo per pratiche quali la distribuzione internazionale o la lettura in viaggio (dato il notevole risparmio di spazio). Il supporto fisico è appunto però prediletto dall'editore: lo ritiene fondamentale quando il progetto coinvolge immagini, illustrazioni o una forte componente sensoriale. Pubblicazioni come *The Land of Spartum* perderebbero parte del loro significato se trasformate in e-book: la portabilità, la materialità e persino la possibilità di consultare rapidamente i riferimenti diventano parte integrante dell'esperienza.

IV.2 Fae Nuff: la pubblicazione

DI COSA TRATTA?

Fae Nuff è, in breve, un'antologia di dodici fiabe. La loro particolarità, come si vedrà più avanti nel dettaglio, è quella di essere molto diverse tra loro sotto numerosi punti di vista: alcune hanno una morale, altre no; alcune sono scritte in versi e altre in prosa; alcune presentano moltissime figure retoriche, giochi di parole, onomatopee, termini inventati (seppur scritte in prosa), altre sono semplicemente fiabe scritte in modo classico.

Il titolo stesso è un gioco di parole che vuole scherzare sul fatto che "fae" è un termine usato per indicare una fata, e quindi richiama l'universo delle fairy tales; unito a "enough", forma la locuzione inglese fair enough, creando così una doppia allusione sia al mondo magico sia al tono leggero e autoironico con cui l'autore invita

il lettore a entrare nella raccolta. L'importante distinzione che fa l'autore quando racconta del titolo è, infatti, quella tra "fables" e "fairy tales": le prime hanno una morale, le seconde no. Il titolo è capace di contenere lo spirito dell'antologia: spirito giocoso, tradizione fiabesca e gioco linguistico.

STORIA E INFLUENZE

La stesura dell'antologia è stata profondamente influenzata dalle esperienze di vita dell'autore, ed è cominciata quando egli aveva solo sei anni: la fiaba *The Litterbug*, infatti, è stata scritta (e illustrata) proprio a quell'età, dando il via a un processo creativo durato nel complesso più di trent'anni. La maggior parte dei racconti, però, è stata scritta tra i ventiquattro e i ventinove anni, periodo in cui l'autore ha viaggiato moltissimo per lavoro.

La prima fiaba a nascere è stata *The Troll and the*

Disegno originale di
"The Litterbug"



Little Girl, scritta a Oxford per un progetto universitario e ambientata idealmente negli University Parks, vicino all'albero che si dice abbia ispirato Lewis Carroll nella scrittura di alice nel Paese delle Meraviglie. A questa hanno fatto seguito, nell'arco di circa un anno e mezzo, la maggior parte delle altre storie, alcune delle quali composte in viaggio o all'estero: *Too Generous a King*, ad esempio, è stata scritta in Russia e ricalca volutamente il tono delle fiabe popolari locali. Le influenze geografiche e culturali sono quindi molto importanti, dando vita a fiabe che dialogano con tradizioni molto diverse: dal folklore dell'Africa Occidentale a suggestioni indiane, fino ai miti lucani che ispirano le fiabe più recenti, quando l'autore si è stabilizzato in quella che poi è diventata la sua casa.

LINEE GUIDA PROGETTUALI

Una volta definito lo scenario della pubblicazione su cui si lavorerà, è necessario definire le esigenze che daranno il via alla progettazione editoriale. Queste ultime sono poche ma ben definite, e accompagnano una grande libertà creativa. Non sono state fatte particolari richieste riguardanti il layout, e il modo in cui le fiabe sono ordinate nel libro non è importante, a parte una: *The Litterbug* doveva necessariamente figurare per ultima, accompagnata dalla sua illustrazione originale.

Le esigenze più importanti sono invece quelle riguardanti il processo produttivo: essendo la pubblicazione prodotta da una casa editrice ancora in fase di nascita, c'è bisogno di mantenersi su costi bassi (contando il fatto che la tiratura non supererà le 300 copie) e fare in modo che il libro sia riproducibile facilmente da qualsiasi tipografia che abbia a disposizione materiali base, così da disporre di più scelta possibile nel momento in cui si fa un confronto dei costi di produzione richiesti dalle varie stamperie.

Tenendo conto di queste esigenze, è stato possibile iniziare a delineare la direzione da dare al progetto. In particolare, si è deciso che la materialità del libro dovrà aggiungere valore all'opera: scelte come legatura, formato, tipologia di carta dovranno contribuire a costruire un ulteriore livello esperienziale riguardante la narrazione che solo l'oggetto stampato può offrire. Allo stesso modo, la composizione grafica dovrà distinguersi, con soluzioni studiate per mettere

in evidenza i giochi ed esperimenti linguistici presenti nei testi così da esaltare le particolarità dei racconti e conferire allo stampato un ulteriore livello di profondità e valore espressivo.

Tutto questo andrà coniugato in uno stampato che non ecceda nei costi e che non utilizzi mezzi di produzione troppo ricercati, con l'obbiettivo di dimostrare come l'editoria indipendente può assumere valore e generare profitto anche in assenza di grosse risorse economiche, senza scendere a compromessi (spesso svilenti) quali sistemi come, ad esempio, il print on demand.

IV.3 Casi studio

La fase successiva, una volta definite le linee guida, è stata la ricerca di casi studio utili come riferimenti da usare durante la progettazione. La selezione presentata qui di seguito si è basata soprattutto su criteri come l'economicità, la scelta dei materiali e la composizione grafica.

UNA FIABETTA (DI FRANCESCA QUAGLIANO)

Il primo caso studio è una piccola pubblicazione che ha in comune molti elementi con il progetto in corso d'opera: è innanzitutto anch'essa una breve fiaba, la cui narrazione è stata arricchita innanzitutto dalla composizione particolare, che ne aiuta il ritmo di lettura e rappresenta graficamente, tramite la tipografia, i gesti, gli ambienti e i personaggi raccontati dall'autrice. Anche la materialità è molto significativa nel progetto, dalla scelta della carta alla legatura a mano, che evidenziano la delicatezza del racconto insieme alle illustrazioni a pastello, che spesso si sovrappongono alla tipografia creando armonia compositiva all'interno delle pagine, alternate a pagine quasi interamente bianche contenenti solamente piccole porzioni di testo.

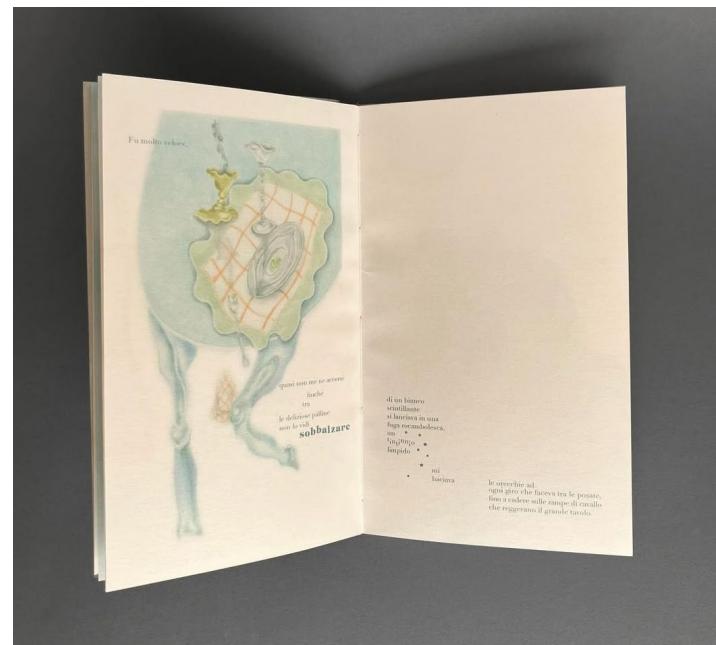






106

FAE NUFF



CASI STUDIO

107

BARTLEBY, LO SCRIVANO (DI FEDERICO TREVISAN E ANGELO GRECO)

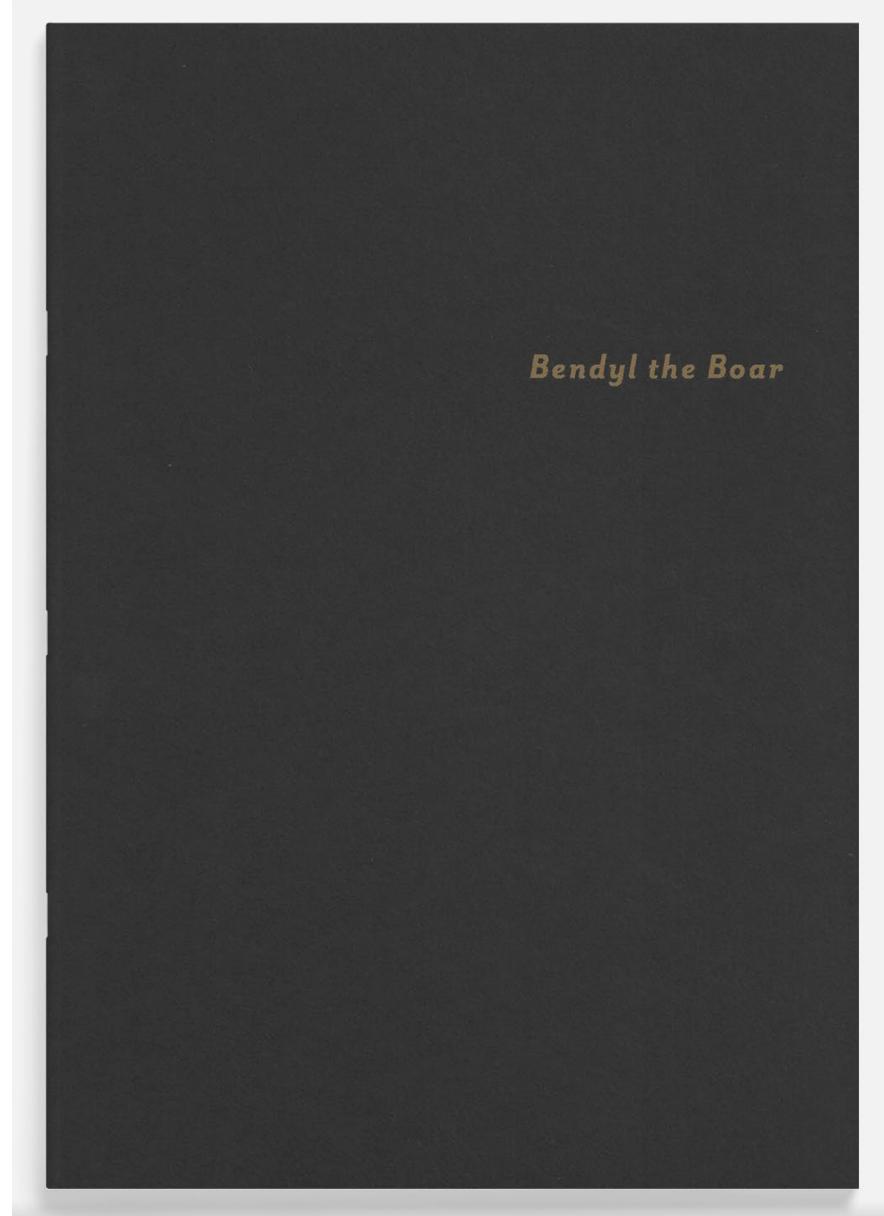
In questa seconda pubblicazione i progettisti presentano una reinterpretazione del celebre romanzo di Herman Melville, evidenziando tramite la composizione e la tipografia il tema dell'“annientamento” del protagonista nel corso del racconto, la cui morte diventa sempre più inevitabile ogni volta che pronuncia la frase “preferirei di no”. Il testo originale viene infatti reiterato progressivamente, ricominciando da capo ogni volta che viene ripetuta, fino a mostrare una versione completa della storia, e a ogni ripetizione il carattere tipografico si rimpicciolisce, simbolizzando la dissoluzione del protagonista.

Questo approccio ha un doppio valore: da un lato è molto economico, dall’altro è fortemente evocativo dal punto di vista narrativo, traducendo una (specie di) anafora in un dispositivo tipografico che funziona anche come meccanismo visivo. Questo significa che il libro diventa non solo veicolo del racconto, ma parte integrante della sua interpretazione: un ottimo esempio di come la composizione grafica possa generare valore aggiunto anche in un’edizione relativamente semplice e poco costosa.

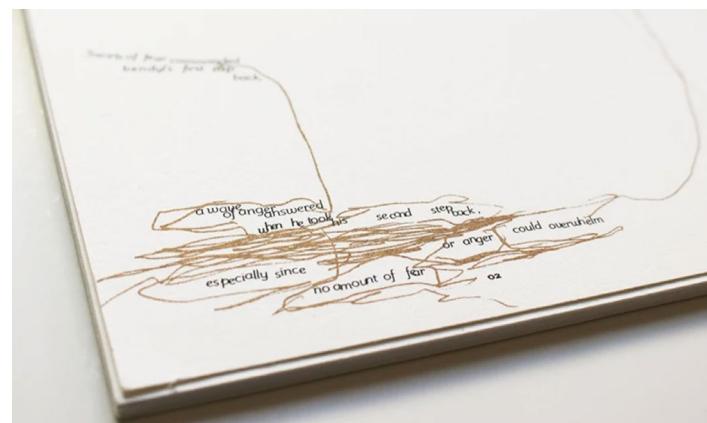


BENDYL THE BOAR (DI BROOKE PATHAKIS)

Un ulteriore caso significativo è dato da questa concrete poetry zine, che reinterpreta un estratto da Bendyl The Boar di Mark Danielewski, stampata in risografia. Il progetto mostra come la composizione tipografica possa tradurre il tono e il ritmo narrativo in un'esperienza visiva: la tipografia distorta, disposta in modo espressivo, rispecchia la tensione e l'atmosfera del testo. A quest'ultimo sono inoltre state incorporate linee e immagini che attivamente contribuiscono alla creazione di significativa. Tipografia e linee insieme contribuiscono a creare una dinamicità interessante, che sarebbe difficile raggiungere in altri modi.

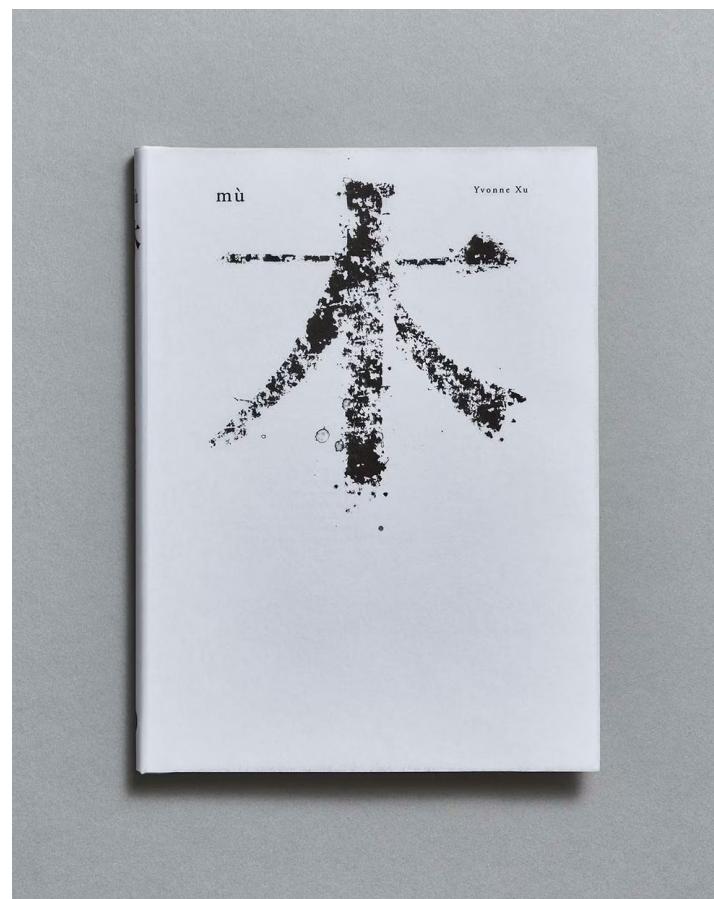


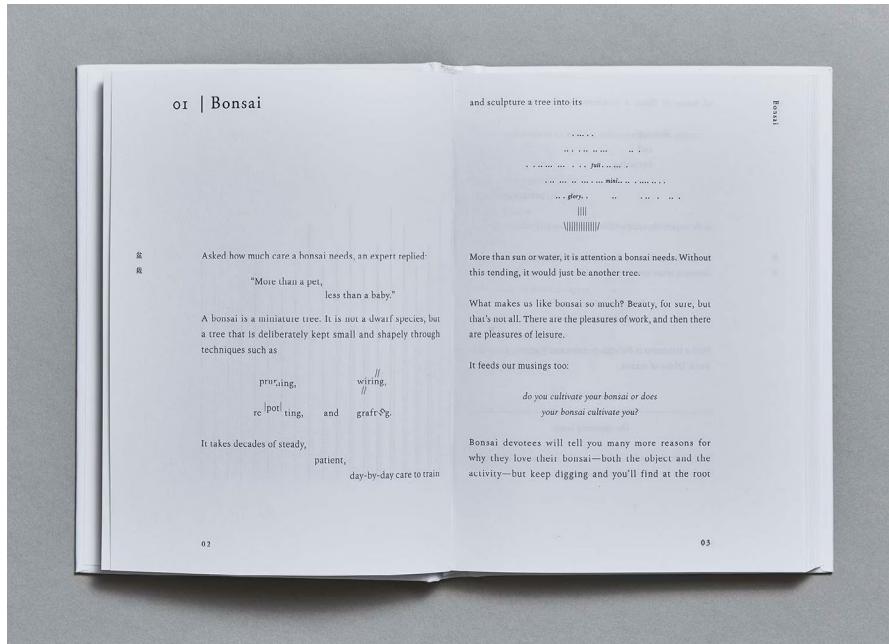
Bendyl the Boar

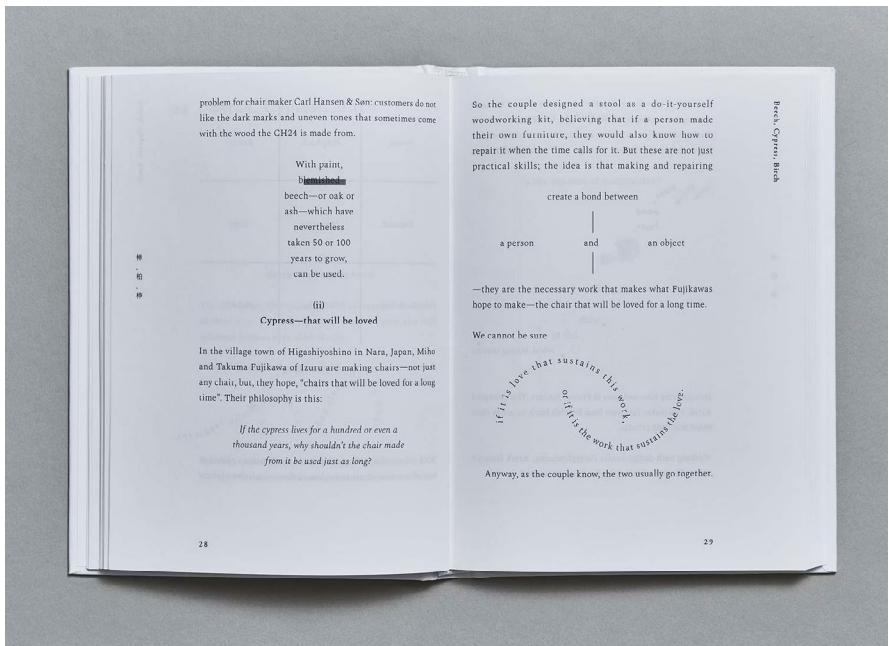


MÙ BOOK (DI STUDIO ANONYMOUS)

Come ultimo esempio di composizione tipografica inusuale è stato scelto Mù, una raccolta di racconti ispirati al legno, in cui testo, tipografia e illustrazioni lavorano insieme per creare un'esperienza narrativa immersiva. La tipografia è giocosa e sperimentale, deformata e ramificata, traducendo visivamente ritmo, tono e concetti delle storie. Le illustrazioni, a che in questo caso, dialogano strettamente con il testo, rafforzandone il significato e il ritmo di lettura. Come negli altri casi presentati, il design grafico non è decorativo, ma diventa parte integrante della narrazione, creando un oggetto capace di raccontare tanto con le parole quanto con la forma.





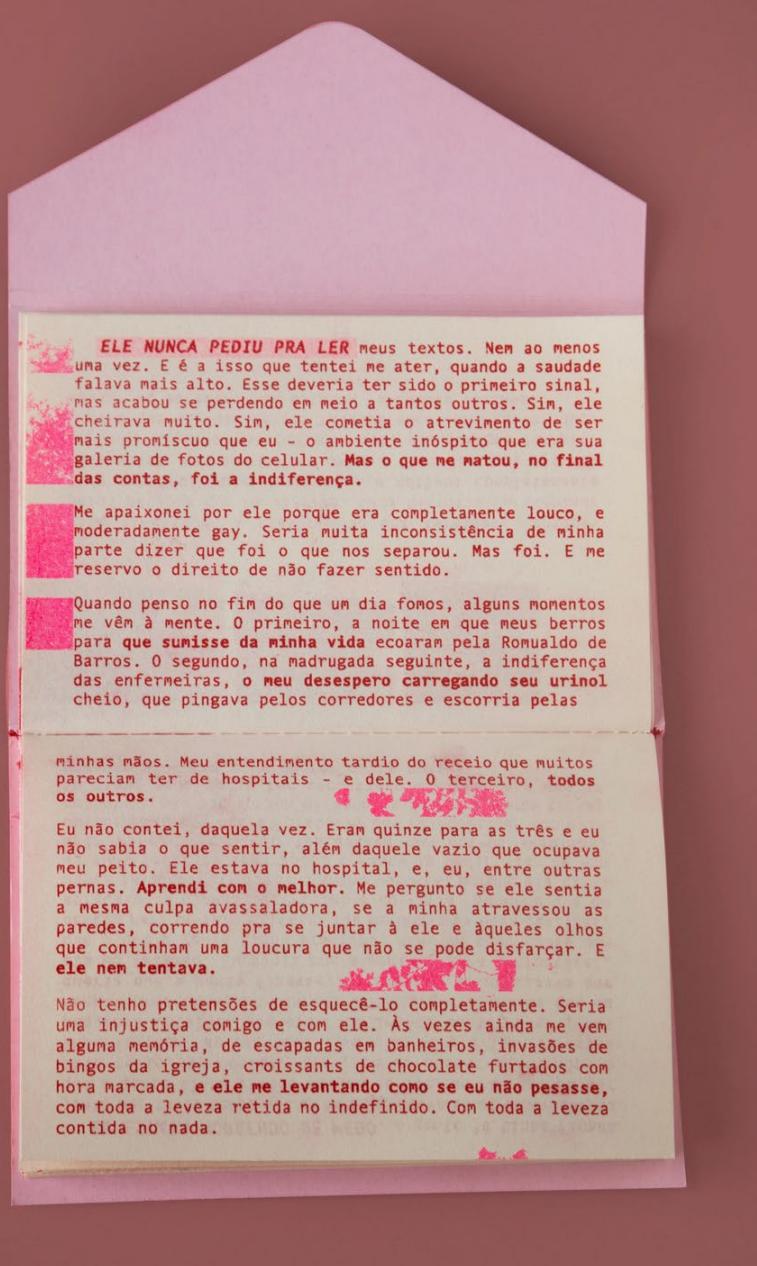


Later we devised more sophisticated tools, such as the hunting, arrow for bow and the spoon, shaped for stirr

ONLY THE END (NICHOLAS KUCKER TRIANA)

Come ultimo caso studio ho scelto una fanzine il cui contenuto è una raccolta di storie di rotture, una "lettera d'amore per coloro che credono di averlo perso". La collezione è formata da dieci storie, tutte di persone diverse, il cui filo che le collega è la comune esperienza della perdita di un amore. L'elemento interessante e inerente al progetto è, in questo caso, l'aspetto materiale della pubblicazione: la copertina è infatti stata progettata per assomigliare a una busta da lettere che fisicamente raccoglie tutte le diverse storie e le riunisce in un unico oggetto, aggiungendone valore e significato. La zine è stata inoltre stampata in risografia, che presenta un'ulteriore metafora delle dinamiche di rottura: i risultati di questa tecnica di stampa sono infatti sempre imprevedibili, poiché i diversi colori non possono essere mai messi a registro correttamente, superando i loro limiti imposti e invadendosi lo spazio a vicenda.





ELE NUNCA PEDIU PRA LER meus textos. Nem ao menos uma vez. E é a isso que tentei me ater, quando a saudade falava mais alto. Esse deveria ter sido o primeiro sinal, mas acabou se perdendo em meio a tantos outros. Sim, ele cheirava muito. Sim, ele cometia o atrevimento de ser mais promíscuo que eu - o ambiente inóspito que era sua galeria de fotos do celular. Mas o que me matou, no final das contas, foi a indiferença.

Me apaixonei por ele porque era completamente louco, e moderadamente gay. Seria muita inconsistência de minha parte dizer que foi o que nos separou. Mas foi. E me reservo o direito de não fazer sentido.

Quando penso no fim do que um dia fomos, alguns momentos me vêm à mente. O primeiro, a noite em que meus berros para que sumisse da minha vida ecoaram pela Romualdo de Barros. O segundo, na madrugada seguinte, a indiferença das enfermeiras, o meu desespero carregando seu urinol cheio, que pingava pelos corredores e escoria pelas

minhas mãos. Meu entendimento tardio do receio que muitos pareciam ter de hospitais - e dele. O terceiro, todos os outros.

Eu não contei, daquela vez. Eram quinze para as três e eu não sabia o que sentir, além daquele vazio que ocupava meu peito. Ele estava no hospital, e, eu, entre outras pernas. Aprendi com o melhor. Me pergunto se ele sentia a mesma culpa avassaladora, se a minha atravessou as paredes, correndo pra se juntar à ele e àqueles olhos que continham uma loucura que não se pode disfarçar. E ele nem tentava.

Não tenho pretensões de esquecê-lo completamente. Seria uma injustiça comigo e com ele. Às vezes ainda me vem alguma memória, de escapadas em banheiros, invasões de bingos da igreja, croissants de chocolate furtados com hora marcada, e ele me levantando como se eu não pesasse, com toda a leveza retida no indefinido. Com toda a leveza contida no nada.



Conta a sua história. Deixa jorrar.

CASI STUDIO



TRANSBORDA

Se entrega
Flutua
Bem alto
E desaba
Mais fundo
Que o chão
Se arrasta
Engatinha
Até a margem
E por fim
De pé
Sem chão

10

Substitui
Trocá
Descarta
Tudo bem
Respirei
Me encontrei
De novo

Transborda

Se entrega
Flutua
Mais alto
Mais
Fura o céu
E desaba
Mais fundo
No escuro
Do vânio
Isso
Se arrasta
De pé
E de novo

Sub
Tro
Jop
De

Substitui
Trocá
Joga fora
Descarta
Tá tudo bem?
Até que ponto
Não sei
Mais um dia
Mais um mês
Até dizer
Me encontrei
E de novo
Transbor...

EU ESTAVA INOCENTE, DE MEDO.

A gente já tinha ficado
que a gente tinha vivido sergente se as suas experiências
pelo resto das nossas vidas. E que as nossas discussões
inverigadas iam mudar, se elas serviam Ian ser esses
pequenos detalhes que facilmente contavam a história. Mas
senão, que é que ia ser? Eu comecei a pregar a coisa que eu
queria que fosse. Eu queria que a gente estivesse confortável,
ela me falasse, Eu queria que a gente estivesse confortável,
que a gente tivesse um amor, como se tudo fosse bom
dona pra mim. Eu queria que a gente estivesse confortável,
arriscava as minhas vidas, e por isso, sabendo que eu
não conseguia fazer aquilo com ela, sabendo que eu
ainda de paciência para conseguir seguramente por ela, que eu tinha
outras vidas, outras vidas, com relações que não eram
melhores, que eu fossem diferentes do que a gente tinha.
Ela tinha medo de ter encontrado o que a gente tinha,
passou a procurar e a querer outra coisa.

apenas o fim

apenas a fin

IV.4 Il libro

CONCEPT

La progettazione editoriale di questo libro inizia dalle sue origini: è stata molto importante, a questo scopo, la comprensione del motivo per cui è stato scritto, le influenze che l'hanno formato e la volontà di far diventare queste fiabe (da testi scollegati tra loro quali erano) un libro. Il concept di progetto parte proprio da questo.

L'obiettivo principale della progettazione è infatti rappresentare il filo rosso che collega le storie, mettendo in evidenza il desiderio dell'autore di renderle un insieme, senza però dimenticare le loro differenze e il punto di partenza. Ogni fiaba viene quindi trattata come un'entità singola, risaltando le sue peculiarità, ma incorporandola nell'insieme del libro. Questo verrà espresso sia attraverso la progettazione grafica, sia tramite un uso consapevole dei materiali e della legatura.

MATERIALI E LEGATURA

L'idea del "libro come insieme di fiabe" viene rappresentata a partire dalla legatura a filo refe, realizzata con un filo rosso che, risaltando sulla carta chiara, lega fisicamente e visibilmente i racconti. La carta scelta ha una grammatura di 140g, leggermente superiore a quella normalmente utilizzata per un libro di questo tipo, per una ragione ben precisa: lo stampato, infatti, non presenta una copertina tradizionale, ma direttamente una sovraccoperta in carta traslucida (stampata di rosso, riprendendo il colore del filo) che lascia intravedere il testo delle fiabe. La carta più spessa serve a dare più stabilità allo stampato, rendendolo meno delicato e più maneggevole.

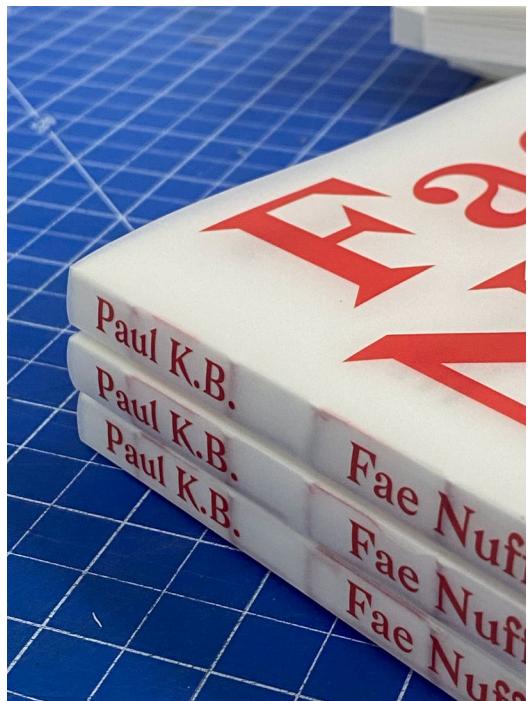
Questa scelta è stata fatta per far apparire l'intero libro come un plico di fogli racchiuso in una busta, sottolineando il fatto che le fiabe siano legate tra loro e raccolte in un unico volume, senza però perdere completamente la loro individualità. Un ulteriore dettaglio che rafforza questo concetto è la visibilità del filo rosso della legatura attraverso la sovraccoperta.



COMPOSIZIONE TIPOGRAFICA E ILLUSTRAZIONE

Anche la dimensione grafica contribuisce in modo sostanziale alla creazione di significato all'interno dello stampato: come anticipato, ogni fiaba viene trattata diversamente, nel rispetto delle sue peculiarità e dei suoi punti di forza.

Per questo motivo sono state progettate composizioni tipografiche uniche per ciascuna fiaba, con un duplice obiettivo: da un lato facilitare la lettura, mettendone in evidenza ritmo, cadenza ed enfasi; dall'altro illustrarle. Per raggiungere questo secondo scopo, all'interno del testo sono integrate delle linee che completano il disegno delle parole e ne favoriscono la comprensione. Come mostrato nelle immagini, il modo in cui tali segni assolvono alla loro funzione varia da fiaba a fiaba.



FAE NUFF



IL LIBRO

Un esempio è *How to Snatch a Snufflefawn*, una storia-filastrocca caratterizzata da parole inventate ripetute ritmicamente nel corso del testo. In questo caso le linee fungono da simboli che caratterizzano e accompagnano le parole inventate e ricorrenti, che a loro volta assumono la stessa forma delle linee: queste ultime diventano quindi contemporaneamente un supporto alla lettura e un elemento illustrativo.

Nel caso di *Johdra, Father of Kaa*, invece, le linee sono usate in modo più figurativo, come vere e proprie

illustrazioni incorporate al testo.

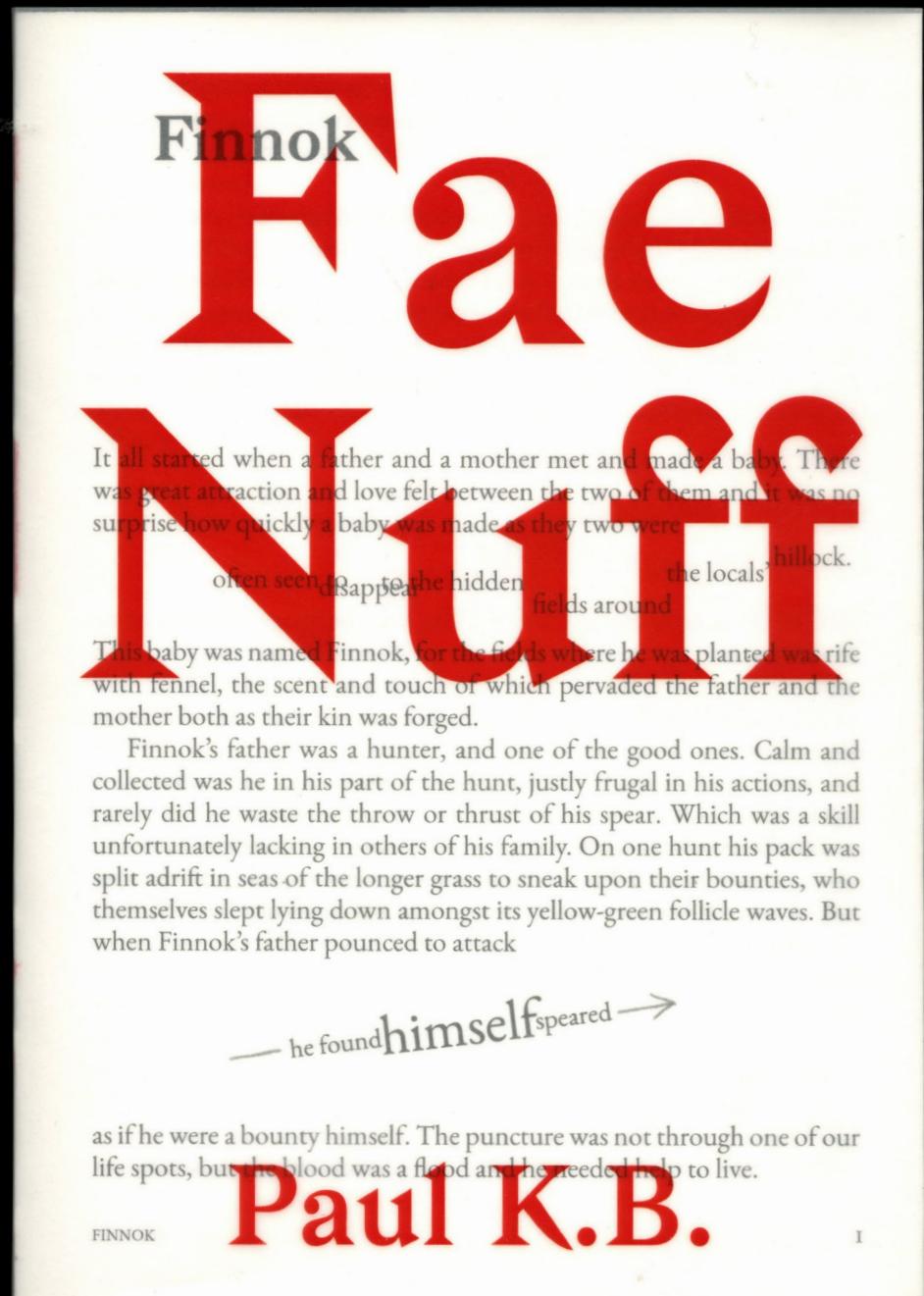
Un'altra caratteristica importante di questi segni grafici è il loro aspetto, che richiama una traccia di matita: ciò perché l'illustrazione di The Litterbug è realizzata proprio con questo tratto, e le linee vogliono esserne una naturale continuazione.

Il modo in cui il libro è strutturato, infine, è anch'esso funzionale al concept: al fine di mostrare il testo delle fiabe attraverso la sovraccoperta (sia sulla prima che sulla quarta di copertina) è stata presa la scelta di non includere indice, colophon o frontespizio nelle segnature cucite, in modo da iniziare e finire con una fiaba (l'ultima è *The Litterbug*, che fa da quarta di copertina). Nelle alette della sovraccoperta sono stati inclusi un breve testo esplicativo del progetto (all'inizio) e il colophon (alla fine).

OTTIMIZZAZIONE DEI COSTI

Come spiegato in precedenza, *Fae Nuff* verrà prodotto da un editore nascente con un budget limitato. Per questo motivo, le scelte progettuali cercano, nel possibile, di limitare i costi: la stampa delle segnature interne, ad esempio, è completamente in bianco e nero, cosa che taglia notevolmente i costi di produzione, così come la scelta di non utilizzare carte troppo particolari e costose.

Il libro è inoltre pensato per essere producibile industrialmente, senza tecniche produttive di nicchia o richiedenti eccessiva manodopera (l'utilizzo di una sovraccoperta, la stampa digitale e la legatura a filo refe sono infatti teniche molto comuni).



**Fae Nuff is a collection
of tales written over**

**the span of 30 years and
across many different**

places in the world.

Bound together with a

red thread, these stories

preserve their differenc-

es while embracing a

shared purpose: that of

becoming a book.

So terrifying was the image he conjured up that the hunters gathered in hushed council to deliberate and to either wait out the monster's migration or to tackle it head on. A dreadful decision to make indeed. And such a dreadful one as it was, they decided to sleep upon it to decide better the following day.

Similar to many early villages of people and family, their shelters were made up of a system of closely-knit huts of rock and straw surrounding a central point, with smaller, quite shallow caves in a row on the side of a ravine nearby in case of the hells of weather or the appetites of monsters – in their case, seven caves all told. Of course, nobody wished to sleep outside that evening so everyone went to sleep in their own respective caves of three or four inner-family groups.

When Sister Moon reached her zenith, the ghost of the man left behind to die ^{stum bl} ed

into the village boundaries.

The first cave he went to was the cave where the coward rested,

comfortable in his own monstrous lie. He was the first to die that night, at ghostly hands his eyes and body never knew but that his soul could not elude. Not a finger touched the young nor the mothers, nor the old nor the farmers.

But every man who had been hunting that day and had not caught the cries of one of their own dying in agony had his soul strangled and laid to eternal rest.

Vengeance coursing through the remnants of his being, this malignant spirit of a once good man went to each cave in the arbitrary order they remained and repeated its revenge ritual. Sparing most, but taking those who had either left his wailings unheeded, mistaken them for some other animal, or not heard them at all.

to the carrion birds
came to the last he until That is,
cave to be touched by his venom and vitriol and vengeance.

At the mouth of the cave grew some fennel plants. It might not surprise you to find out that they had grown there by some bizarre yet related chance. That young Finnok – a namesake of fennels' own – had, being careless and carefree, dropped some of the seeds there when he had brought them home to delight his mother. Now in the hush of dark their fragrance tore open the air and, if a spirit had nostrils, this one's were filled with that smell it so associated with its family, its story and their history together.

It could not enter that cave against such counter and, instead, transcended and left those men of the hunt who were tucked up and tucked

It would even be barbed with thorns, all the better to gather more fish more quickly and more surely.

Several days it took to knit and knot this new net together, and a few days of grumbles from hunters and gatherers and elders who could not see the necessity of losing time to this new net when the old one functioned so fairly. But the brothers stuck at it and in little time (as so it seemed to them at least, as it often does to those furiously engaged in a task) they were once more afloat the placid lake in their placated boat, new net in hands. So went the first outing of the new net; it was cast and cast again and its success was as immediate and as apparent as it was overwhelming. Their time "wasted" on stringing together this new net was swiftly forgotten.

Enthusiasm swept the village like a wildfire. Soon enough more nets of this new fashion were made and soon enough again some of the younger hunters decided to hang up their spears in lieu of casting nets across the gentle waves to harvest its depths.

the fervour for *fishing* flourished.

Then the daily hauls became so massive even the older hunters did not need to hunt, most taking early rest. And so it went, for moons and moons and moons. Each moon reflected as a shattering sphere on gradually lowering levels of lake water.

Then one day 100 fish had become 20.

Then 20, 10. Then 10, 1.

Then none.

It's their favourite, so sing along with the volume up to full on the boom-box.

Don't hide in the shadows – out in the open be brazen and stand
And, as soon as you spy one, run up to them as noisily as you can.

Of course, remember: they're so very timid they're scared of 'most everyone,

Even other *sⁿugglefaw_n*, they spot one, they're gone.
The only creature they'll willingly approach is their nature's best mate
So to snatch one most simply, simply use a *g_am^bo^lb_un^y* as bait.

Take the grabbed *g_am^bo^lb_un^y* and plop him in any glade with a
narthicket
Where the pollen of the narthicket flowers will make it douffer and
frikkit,

The sounds of which should bring a *sⁿugglefaw_n* springing to
fray
To help her natural friend out with its narthickilly hayfeverous way.

sⁿugglefaw_n will bound in heedless with crumbletree leaves for
tissues
For the *g_am^bo^lb_un^y* to sort out its friggin' frikkits and douffer
ah-tIshooos.

Now, "How to grab a *g_am^bo^lb_un^y*?" I hear you ask.

And let me assure you, it's quite straightforward a task.
Although they're veggies, dining on trusselseeds and moshfloods
and cud,

You can grab one most simply, simply with the scent of *baⁿeswe_asel*
blood.

"Though sweet to *sⁿugglefaw_n*, *g_am^bo^lb_un^y* hate the
baⁿeswe_asel

Who scrumple into their burrows with slender bodies to craffle eggs
so easy,

So the copper waft of their comeuppance fills a *g_am^bo^lb_un^y*
with joy,

Being able to suppose that that's one fewer *baⁿeswe_asel* to have to
avoid.

Get the bagged *baⁿeswe_asel* and gut it from throat to foot
And drain every drop of blood before splashing it around a sock-
eturn's roots.

Soon enough a fembling furrow of gaintly *g_am^bo^lb_un^y* will
come to gloat,

Dancing and wheeling and splish-sploshing happy hoppy in the
crimson moat.

Then cut the rope so the cage falls from socketurn branch, right on
the money

And you can bait

To snatch the *sⁿugglefaw_n*

With newly grabbed *g_am^bo^lb_un^y*

Now, "How to bag a *baⁿeswe_asel*?" I hear you ask.
And let me assure you, it's rather straightforward a task.

Their reputation for speed is true: for us men, too nimble and too
swift.

You can bag one most simply, simply setting a *corr^aw_of*
after it.

And saw two stood at a barbecue,
Shouting at it, looking rather peeved.
“How are we gonna get it lit up
Without any matches?” one of them hollered.

“Whatta right, total, *utter* balls up!”

Agreed the other, also hot under the collar.
“And worst of all,” he added in
“The sausages’ll soon ruin in today’s heat.
They’ll soon only be fit for the bin
With no way for us to cook through the meat.”
Glass-Handed Boy knew then this was his time,
His time to glow, his time to shine,
His time to heroically step up to the plate
And hopefully in the process earn a few mates.

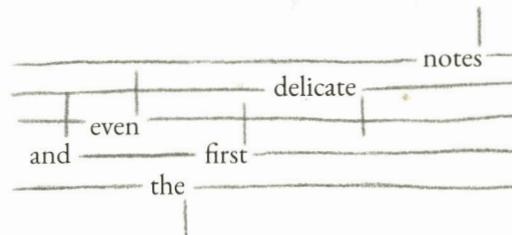
So he gathered himself up and stepped out into the glade,

to build some friend-
ship bridges,
Right on cue, ready

Bringing his glass hands up out of his pockets’ shade,
To the barbecue,
Ready to save all the sausages.
Picnickers all stared as he grew clearer,
This peculiar kid,
Glassy hands in the air, striding nearer,
Smiling as he did.

Some of the lads almost laughed but thought
Better of it, for there was steely
Determination in this kid’s eyes,
Make no mistake about it, and it
Was clear to everyone standing by

For a hot dog that this here kid, this
Glass-Handed Boy
Must know something they lacked for such sheer
Assurance in his swagger, stepping
Confidently up to the barbie,
Clearly clear glassy glass hands aloft,
And all did suddenly become clear
As pennies dropped and the answer dawned,
As the fierce molten globe in the
Sky shot its torching rays through his palms
Refracting and embellishing and
Absorbing and magnifying and
Radiating such searing scorchlight
Upon the waiting briquettes below,
Which took full flame in an instant full of
Relieved sighs and triumphant cheers and
The slap sound of pats to the back of
Glass-Handed Boy



Of sausages’ staccato sizzle
At the moment when he became a
Hero *and*, finally, someone’s friend.

They ran up to him.
“High 5!”

That was how my father, at at least some time each day, stopped being "father" and became

the story-teller.

"Pa, why does the snake bite?"

My little brother was still crying, but not as much. He was sat ever more precociously on my lap, and I on the simple wooden chair next to father's desk. I was bouncing Sanj on my knee to help try and calm him down (until the story had really done the trick) as I must have seen mother do. At least his sobbing had started to simmer down somewhat.

It had been his own silly fault, but then he was only very little and not yet quite as bright as I was. He had been playing the role of an adventurer in the dusty yard that we had thought of as a garden paradise back then (brimming with pirates and bandits and hungry-eyed wild creatures) when he had come across a 'deep pit of snakes' (one lone rice snake cooling itself in the shade of the dhaokari tree). Leaping like Indiana Jones, my little brother

had used a branch to swing across the perilous cavern,

making the whipcrack noises himself.

As he had leapt, the snake had sprung and had taken a chunk out of the sole of my brother's plimsoll. From the warmth of the sun, into the warmth of Ma's bosom a shocked little boy had run. As soon as she had wrapped her brown arms around him, his will had cracked and cashed and the first flood had festooned in a typhoon of toddler's tears. It had taken her nine minutes to discover quite what the problem had been, another nine to be sure the snake had only had a chomp at the dap, a further nine to assure my small sibling he hadn't himself been bitten and hadn't been poisoned, and nine minutes more to be able to explain to us both her sympathy for the poor snake.

Very keen to be of help and to make my parents proud of my maturity and prowess, and for once to be a factor in the solution to rather than cause of my brother's upset, I had offered – chest thrust out and bucking in importance – to go out into the yard and beat the offending snake with a big stick. He should be taught a lesson about trying to bite people's brothers, as far as I had been concerned. Yet it was, as ever, our lesson coming.

"Don't you dare hit that poor snake, Luptan!" exclaimed my mother.

Instantly I flushed red in the chiding and my brother's sobs became blubs. "That poor son of Kaa meant no real harm. Imagine you'd been sleeping peacefully out of the heat of a horrid sun, nice and quiet, when – suddenly! – you had been rudely awoken to be greeted with what seemed to be a giant thing trying to jump on you. Wouldn't you try and bite them, or something similar, to try and defend yourself? Besides, he'll no doubt have high-tailed it out of the yard by now. Fight and flight are part of his nature, part of each of our natures."

Lykia and the wolves

A long time ago, before our people had built their homes and lives here and our little world was just a hint of a dream in their collective consciousness, they were a roaming people. A people unsettled.

Roving the lands on foot, setting up camps as they could and moving on as they had to, they scoured the vast forests which still lie just beyond that hill (and which still gift us berries and plants and meats plentiful alongside our farmed fields) ever hopeful that a place to call home might one day be found. But though the forest is rich, it also reaches further than any of us could discover. While it provides, it also hides far more beasts than any of us could imagine. So even if it is rife with life, it is no place for a family to live.

It came down to one chance encounter of one stout and stubborn ancestor of ours to set our people on their course to long-sought settlement. The girl, whose mothers and fathers knew her as Lykia, was old enough to know what she was and wasn't allowed to do, and experienced enough to know when to ignore that which she wasn't. Which turned out to be most of the time.

In the evening, the mothers and fathers having put down for a new camp in the forest and lamenting the home they didn't yet know,

Lykia went wandering in the seemingly endless woods.

They mocked him and jeered at him
And quacked with laughter.
He wanted to prove them wrong;
Oh what a trick and a half to
Be able to do that, if only –
If only! - he could pull it off.
But when he did try, the webbed-feet fail
Brought yet more taunt and yet more scoff.
Then one day he was burrowing for grubs,

Bugs and insects or whatever he could
In the grasses and reeds at the edge of the lake.
He was ever so hungry, how his belly did ache!
There was his empty stomach, and inside a
Hollow he needed to plug when he spied a spider.
The spider was *fat* and *juicy* and ever so *plump*,
Just the right morsel to fill up his tum.
The duck licked his lips (well, his beak)
And on tippy-webbed-toes started to creep
Slowly and carefully up to the arachnid,
Hoping the spider wouldn't hear.

But he did!

Now this spider was clever and this spider was cunning,
Wise with words that took him out of the running
As a meal or snack or even hors d'oeuvre
Of many an amphibian, rodent or bird.
He'd have to talk soon and make sure the duck got bested,
Or he would be gobbled right up and swiftly digested.
“I wouldn't do that if I were you, mate,” the spidey advised.
“Shut up! I'm starving!” said duck, ^{dr_o}
^{o li}
^{ng} and wide-eyed.

The duck ran his wings over his stomach

And felt he was growing ever so thin.
He stepped forward,
But still spider fixed him with a grin.
Spider knew he was smarter than this stoopid duck,
And each of his eight legs were sure-footed.
Yet this ravenous mallard needed convincing soon
Before spider's gifted chat was forever muted.
“Woah! I've, like, seen you
Watching them bigger birds, haven't I, yeah?”

Asked the spider rhetorically,
Nodding to the sky up there.
The duck automatically glanced up there,
Then shot the spider an uneasy glare.
He fully expected yet another piss-take,
But to think so simply of the arachnid was a mistake.
None came, and a surprised duck now felt intrigue.
What was the spider's point? What did he mean?
Duck nodded. “Go on...”
And so the spider did.
“You'll never be like them,

Who're you tryna kid?”

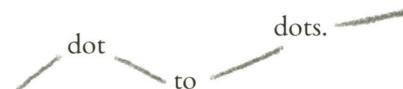
The duck seethed and got ready to march
Butbutbutbut!”

interjected spider, desperate
to not be lunch,

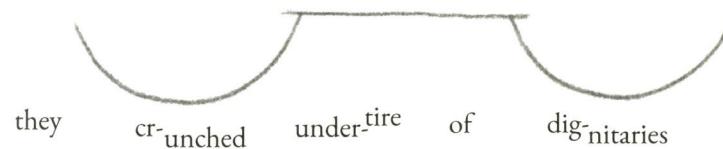
“I can tell you a trick as to how it can work,
Despite your webbed, unclawed feet and other ducky quirks.
If we make a deal whereby I can go home to my family,
Quite safe and uneaten,
I'll let you know just how you can swoop down
To grab things as they do without hardly cheatin'.”
To the duck this sounded grand,
Almost too good to be reliable.

The princess and the dog

Once upon a time there lived a princess called Loquicia, although I cannot be certain of the spelling. She lived in a wonderful land called Bracknell, where her father – the king – kept her plentiful in dolls and



Their castle was a grand type of castle, in the heart of their realm where every day that did not rain it was sunny (or sometimes a little overcast, snowing for a week or so in most winters and, upon occasion, foggy). The castle had a fountain in the royal gardens, as well as sculpted hedges and shrubberies. As royal visitors approached the stately abode, the driveway before them coursed past a growing pine tree and was paved with the most decadent of loose driveway stones Homebase had to offer.



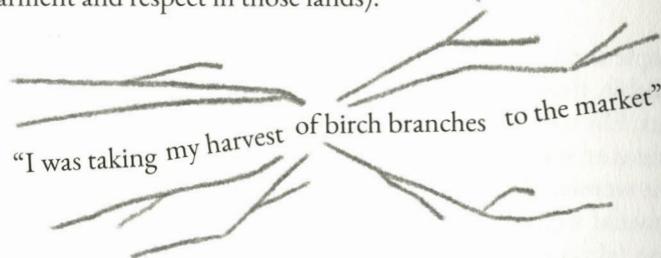
and ambassadors and many others besides, crunched like the first mouthful of morning's cornflakes and were only muted by abandoned beer cans

Coming back from a tourney, the king was riding his steed alone along the most picturesque (although longest) route back to the castle. He often liked to take in this land by himself. Besides, he had nothing to fear from the happy subjects who loved him somewhere between a father and a god, just as he loved them in return. His horse was trotting merrily with its sire on its back when the good King Richard heard a call of distress.

"No! Oh no, oh no, *oh no!*"

The call was from behind him and, without any thought to the contrary, he turned his horse about and headed for the call. What he soon found and saw was a small, old peasant woman on her knees by a muddy quagmire. He had not seen this woman before, nor the quagmire come to that. She was knarled and the years had not been as kind to her as the old women the king usually came face to face with, but he was a man of chivalry through and through and barely saw it.

"What's wrong, my dear mother?" he said (for it was a term of strong endearment and respect in those lands).



explained the old woman, "when a terrible wind blew my horde into the quagmire there. Oh woe is me, oh woe is me! Those were the only branches I had, and the swamp is too deep for my little old woman feet!"

"There are many birch trees, mother," explained the king. "You could take the branches of any of them."

"It is bad luck to cut the branches of a birch. So many have magical properties. Only fallen branches may be taken. And besides, those trees are not mine and it would likewise be unlucky for me to take of their branches."

"I see," said the king (and he sort of did, too). "Then perhaps your birch will have given you more branches?" he suggested optimistically.

"Mayhap, mayhap. But it is such a long way back to my homestead, and I fear I may be too old for two such trips in a single season. And those lands of the kingdom beyond the green fields are much poorer and much more barren and the tree may have already died in my absence."

"Oh dear," said the king. He had not realised how poorly off the rest of his kingdom was.

Without a second thought, and though he was wearing the most dazzling and decorated of his royal clothes, he leapt from his horse and

into
the quagmire,

to retrieve the old woman's bundle. The level of the dirty, stagnant water rose past his belt and britches and up to his regal chain of office. When he clambered out of the swampy waters, his royal reds and golds was painted over with a shitty mud colour and his pantaloons had lost their majestic shape, dripping wet with putrid filth waters and clinging festering to his legs.

As he handed her the bundle, she grinned from ear to ear. "Oh thank you," her grateful words danced. "I am in your debt."

"Nonsense, mother. It was the very least of troubles."

"And who are you, young man, to help an old woman and stranger so? Who are you to be so generous of spirit? Who are you with so humble a soul as to dirty such fine threads for the sake of an old woman's sticks?"

"It seemed these sticks mean a great deal to you. Other clothes I have."

"Who are you, then, sir?"

"Richard. The King Richard."

"The King?! Pardon me, m'lord..." she said as she went to kneel on one knee before her ruler, but he held her up.

"Do not trouble yourself, mother. I cannot abide the tradition of such grovelling when in truth we are equals."

beautiful park and, why, there are plenty of things you can do with plants,"

scoffed the little girl who preferred the name Susan even though her mummy and daddy called her Ermie and who, altogether (it soon transpired), were a vegetarian family. And so the little girl prattled on with her sales pitch to the troll... sorry, Grumblebum. Ideas of moss quiches and dandelion wedges, notions of shrubbery burgers and grass fries, designs of conker pies and breaded acorn goujons, concepts of, well, blah blah blah – you get the picture. On she went –

*on
and on
and on,
covering just about
every viable option to inspire Grumblebum
and his audibly rumbling tummy.
And inspire him she did.*

“Fuck it,”

*concluded the troll, and gobbled the shit out of her.
(Not literally, of course. I mean that by way of colourfully
colloquial emphasis.)*

Grumblebum ate her pretty, tasty cotton dress, her delicate blonde locks, her such rosy cheeks and her delicious table ruby slippers. He gobbled her ribs, her heart, her soul and her Hello Kitty knickers. He noshed away her bones, her lungs, her liver and her Alice band. He tucked into her sinewy muscles, her bottom (the bestest bit) and her muscles, slightly cheesy toesy-woesies. He chomped down the lot of her; limbs, offal, clothes, Nectar and all.

And then Grumblebum wasn't hungry.

THE END

Printed in Turin by
Inchiostro Puro,
in November 2025.

Editorial design by
Francesca Staffieri.

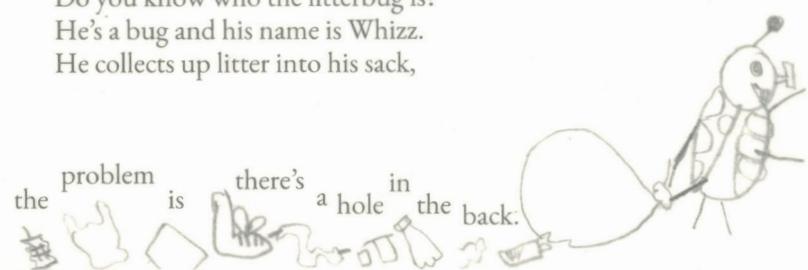
Artwork in *The Litterbug*
by the author, age 6.

Conclusioni

The litterbug

[written aged 6 or 7ish]

Do you know who the litterbug is?
He's a bug and his name is Whizz.
He collects up litter into his sack,



THE END

108

Story Stones
Books

FAE NUFF

Il risultato del lavoro svolto in questi mesi è stato quello di comprendere con maggiore chiarezza il nuovo campo d'azione dell'editore contemporaneo, ridefinito dalle trasformazioni digitali. Analizzare questo contesto ha offerto, di conseguenza, strumenti e consapevolezze utili ad agire in modo sostenibile all'interno dell'attuale ecosistema editoriale. L'indagine sull'editoria indipendente ha inoltre aiutato a ritrovare una ragione forte per fare editoria oggi, evidenziandone il valore culturale e la necessità di tutelarne la diversità. Parallelamente, la riflessione sul libro come supporto ha permesso di riconoscerne i punti di forza e di imparare a usarli con maggiore consapevolezza progettuale.

Il percorso di progettazione di Fae Nuff e la ricerca teorica si sono alimentati reciprocamente: le domande nate dal progetto hanno orientato la riflessione, mentre la teoria ha guidato scelte editoriali più ponderate. La realizzazione concreta del libro dimostra che, con una progettazione consapevole, un piccolo editore può ottenere risultati validi, adattabili e sostenibili anche con risorse limitate.

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA

Paola Dubini, Voltare pagina: le trasformazioni del libro e dell'editoria

Progetto Grafico n.28

Michalis Pichler, Publishing Manifestos: an international anthology from artists and writers

Alessandro Ludovico, Post Digital Print

Half Letter Press, Booksellers reflect on self-publishing

Half Letter Press, What problems can artist publishers solve?

Temporary Services, Publishing in the realm of fibers and electrons

Alliance internationale des éditeurs indépendants, Dichiarazione internazionale degli editori indipendenti, per la tutela e la promozione della bibliodiversità

Simona Squarrito, L'editoria indipendente italiana all'indomani della rivoluzione mediatica

Umberto Eco, Sulla labilità dei supporti

Rachel Noorda, The Discourse and Value of Being an Independent Publisher

Federica Guglietta, Essere editori indipendenti oggi

Brian Moeran, An Anthropological Analysis of Book Fairs

Osservatorio degli Editori Indipendenti, Manifesto

AIE, Rapporto sullo stato dell'editoria in Italia

Michael Bhaskar, The Content Machine

Ann Steiner, The Global Book: Micropublishing, Conglomerate Production, and Digital Market Structure

SITOGRAFIA

Mike Shatzkin, Atomization: Publishing as a Function Rather Than an Industry
<https://www.idealogs.com/blog/atomization-publishing-as-a-function-rather-than-an-industry>

The Book: Its Past, Its Future An interview with Roger Chartier

<https://laviedesidees.fr/The-Book-Its-Past-Its-Future#nb1>

Wikipedia, voce "Desktop Publishing" https://it.wikipedia.org/wiki/Desktop_publishing

Wikipedia, voce "Arnoldo Mondadori Editore"
https://it.wikipedia.org/wiki/Arnoldo_Mondadori_Editore

Andrea Maiellano, Addio backup dei vostri Kindle, Amazon rimuove il download locale
<https://www.toshw.it/hardware/addio-backup-dei-vostri-kindle-amazon-rimuove-il-download-locale-2025-02-17>

Treccani, voce "Editore"
<https://www.treccani.it/encyclopedie/editore/>

Gianluca Ferrara, La forza dell'editoria indipendente
<https://www.ilfattoquotidiano.it/2014/12/19/forza-delleditoria-indipendente/1287245/?utm>

Maria Iervolino, Come i giganti dell'editoria divorano il mercato
<http://www.rivistamilenia.it/2020/06/08/come-i-giganti-delleditoria-divorano-il-mercato/?utm>

Associazione ADEI, Manifesto
<https://www.associazioneadei.it/chi-siamo/>

Silvia D'Onghia, Editori indipendenti, però quasi morenti: come si sopravvive col 10% del prezzo di copertina

<https://www.ilfattoquotidiano.it/in-edicola/articoli/2025/02/05/editori-indipendenti-pero-quasi-morenti-come-si-sopravvive-col-10-del-prezzo-di-copertina/7864801/?utm>

Kevin Duffy, Are small independent publishers doing the work for big publishers?

<https://www.theguardian.com/books/2015/dec/22/are-small-independent-publishers-doing-the-work-for-big-publishers>

Roberta Rega, Piccoli editori, il grande problema della distribuzione

<https://www.leurispes.it/piccoli-editori-il-grande-problema-della-distribuzione/>

Sito di Più Libri Più Liberi
<https://plpl.it/>

Sito di Buk festival
<https://www.bukfestival.it/info/>

Sito di BookPride
<https://www.bukfestival.it/info/>

Grazie

A Davide Eucalipto, Davide
Tomatis e Archivio Tipografico.

A Mamma, Papà e Luca.
A Claudia.

A Frabby.
Ad Arianna e Claudio.
A Caterina.
A Viola, Leo, Ale, Simo e Flavio.

A Riccardo.

