

ALEX R. FALZON, EDOARDO GONNELLA,
DOMENICO MUSCÒ, FAUSTO TANZARELLA.

LA MAGIA DELLA CREATIVITÀ

Carattere e valore dell'Essere creativo

Seconda Edizione, Siena, 2018

A cura di Domenico Muscò



Ringraziamenti

L'Associazione Culturale “la collina” (Siena) ringrazia i Relatori che hanno partecipato alla Conferenza pubblica *La Magia della Creatività. Carattere e valore dell'Essere creativo* (Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018), dedicata al tema: *Il ruolo e il valore della creatività nei Territori editoriali*, nonché ringrazia gli autori del presente eBook per aver elaborato le relazioni sui rispettivi argomenti.

Immagini nell'eBook:

- In *Prima di copertina*: Figura dell'Allegoria dell'*Invenzione* (*Invention* “*Non Aliunde*”), in: Cesare Ripa, *Iconologia* (Roma, 1603, 2° ed.), a cura di Piero Buscaroli, TEA Arte, Milano, Gennaio 1992, 1° ed., p. 515.
- Nell'*Impaginato*: le Figure n. 1, 2, 3, 7, riguardanti le foto dei relatori durante la Conferenza, sono di proprietà dell'Associazione Culturale “la collina” (Siena); mentre le Figure n. 4, 5, 6 sono state fornite dall'autore del saggio che le contiene e perciò la loro titolarità è di Edoardo Gonnella.

Scheda per la catalogazione e/o la citazione dell'eBook

AA.VV., *La Magia della Creatività. Carattere e valore dell'Essere creativo* (Atti della Conferenza pubblica, Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “la collina”, Siena, Maggio 2019, 1° Edizione digitale, 70 pp., formato: 13x19 cm.

© Copyright by Associazione Culturale “la collina”

Prima Edizione dell'eBook, Siena, Maggio 2019 – Italia
L'edizione digitale (in PDF) dell'eBook è pubblicata sul sito web: www.sienanatura.net.

I diritti d'autore di questo eBook sono riservati in tutti i Paesi.

Quest'opera è consultabile solo in formato digitale (in PDF).
I testi di questo eBook e il logo dell'Associazione culturale “la collina” sono protetti dal diritto d'autore e dalle leggi sulla tutela del marchio e non possono essere usati da terzi.
È vietata la riproduzione cartacea e la pubblicazione digitale su altri siti web senza la preventiva autorizzazione in forma scritta fornita dall'Associazione culturale “la collina” (Siena), che è la titolare unica del **Copyright** del presente eBook (in PDF).

Progetto grafico di Copertina dell'eBook: Domenico Muscò.
Revisione, editing e impaginazione dei testi sono a cura di Domenico Muscò.

Associazione Culturale “la collina” (Siena)

Sito web: www.sienanatura.net, E-mail: la_collina@yahoo.it - Tel. mobile: 338/1198675.

SOMMARIO

Introduzione

La creatività nei territori editoriali

di Domenico Muscò p. 5

I. *Il valore della creatività nell’Editoria sociale*

di Domenico Muscò “ 25

II. *L’apporto creativo nell’attività editoriale*

di Fausto Tanzarella “ 31

III. *Il valore della creatività artistica*

nell’elaborazione dell’immagine editoriale

di Edoardo Gonnella “ 41

IV. *Il ruolo dell’Editore secondo l’Autore:*

luci e ombre di un rapporto a senso unico

di Alex R. Falzon “ 51

Notizie sugli autori “ 61

Indice dei nomi di persona “ 65

“Catalogo editoriale” dell’Associazione Culturale “**la collina**” “ 67

Introduzione

LA CREATIVITÀ NEI TERRITORI EDITORIALI

di Domenico Muscò

“Dobbiamo molto al libro.
La vita intellettuale degli uomini ha avuto nel libro
il suo utensile più versatile e insieme il suo emblema più glorioso”.
(Gian Arturo Ferrari, **Libro**, Bollati Boringhieri Editore,
Torino, Aprile 2014, 1° ed., p. 14)

1. Negli ultimi anni il settore dell’Editoria ha dovuto affrontare molte rapide trasformazioni a seguito della recente *Rivoluzione digitale* (che ha creato una *grande rivoluzione nelle Comunicazioni*): sia sul versante del processo di produzione del *Libro* che su quello degli strumenti della sua promozione e vendita con i Siti Web degli Editori, le Web-Librerie (i Portali Internet dedicati alla pubblicizzazione dei *prodotti editoriali* per Autore e/o per Tema) e i *Book-store online*, che espongono le *Prime di copertina* di ogni libro che è stato pubblicato e la relativa scheda con i dati bibliografici e le note editoriali di presentazione.

Le molteplici metamorfosi innescate dalla *Scienza e tecnologia informatica* costituiscono un cambiamento epocale nel lavoro editoriale, pari (ma anche *Oltre*) a quelle intervenute con l’invenzione della Stampa¹

¹ Per un esame storico-critico degli impatti prodotti dalla nascita e diffusione della Stampa nel campo della Comunicazione umana (in particolare, quella *Culturale*), si veda il libro di

nel 1450 da parte di Johann Gensfleisch (detto Gutenberg), poiché ha anche modificato radicalmente tutte le altre professionalità (economiche, finanziarie, ingegneristiche, industriali, manifatturiere, culturali, socio-politiche, etc.) con i *nuovi processi, strumenti e metodi digitali*; un cambiamento che ha portato all’affermazione dell’odierno *approccio multiplo* in ogni settore della vita umana e, conseguentemente, l’emergere di una *Società Plurale*, che ha condizionato e rinnovato tutti i campi delle attività umane, compreso il mondo editoriale e la *Comunicazione pubblica* collegata.

Tutto ciò ha creato, da una parte, una forte crisi economica nel settore editoriale tradizionale (in particolare: il mercato librario cartaceo), e, dall’altra parte, ha consentito l’apertura di nuove opportunità di *Comunicazione immateriale* con il Web-marketing (inediti canali di informazione/promozione e distribuzione *Online*, prima impensabili, dal potenziale infinito), nonché ampliato le *direzioni Creative* che si possono seguire, come, per esempio, la moltiplicazione delle possibilità di innovare (senza limiti materiali e in modo permanente) il processo professionale che *caratterizza* la realizzazione dei *Prodotti editoriali*.

2. Come è noto, i processi e le fasi dei *Territori editoriali* sono stati condizionati e modificati dalle applicazioni *Software* e dalle evoluzioni della *Rete Internet* fino a un *punto estremo*, tale che la stessa dinamica della

Elizabeth L. Eisenstein, *Le rivoluzioni del libro. L’invenzione della stampa e la nascita dell’età moderna* [1983], Il Mulino Editore, Bologna, Ottobre 2000, 307 pp.

Creatività è stata cambiata facendogli assumere una dimensione *ultra-larga*, che ha indotto la nascita di nuove *modalità Creative* nel lavoro editoriale, cioè la *Creatività digitale* ha realizzato l’*Editoria Aperta*: ha prodotto il *Libro digitale aperto* e, soprattutto, il *digitale aperto* ha raggiunto un alto grado di vitalità e flessibilità con la pubblicazione delle *Riviste web*, dei *Blog*, degli *Audiolibri in Podcast* (file audio/video MP3 - MP4), etc. Pertanto, questi nuovi *Strumenti editoriali digitali* hanno moltiplicato l’apertura della *Creatività* con l’attivazione di una simbiosi permanente tra la *Creatività della scrittura* e la *Creatività del processo* e dello *strumento digitale*, che ha aumentato il numero dei prodotti editoriali e ha ampliato le modalità di comunicazione di questi *nuovi Beni culturali* con l’uso di innovative tecniche di pubblicizzazione e fruizione a carattere permanente. Tra queste tecniche la *Scrittura digitale* ha una particolare importanza, poiché, grazie al suo carattere flessibile e globale, la *Parola digitale* sta svolgendo un *Ruolo sociale* ad ampio spettro.

La *Scrittura digitale* consente di realizzare *Opere creative* come i *Blog*, i *Social Network*, le *E-mail*, gli *E-Book*, etc., che hanno portato a un mutamento della struttura e dello stile rispetto alla *Scrittura cartacea*, ossia la *Scrittura digitale* ha originato una nuova *Creatività linguistica*, che ha molto cambiato il nostro modo di scrivere (per esempio: l’uso di una *sintassi relazionale*, la costruzione di frasi brevi attraverso le *Parole chiave*, etc.) nello *Spazio aperto* alla comunità globale di *Internet*, che è divenuto un *Editore digitale universale*. Perciò, il grande cambiamento di stile nella *Scrittura digitale* si caratterizza per una *Scrittura rapida* basata

su una *struttura sintetica* del discorso e uno *stile partecipato*, insomma è nata la *Creatività liquida* senza il supporto della *carta*; in particolare, la *Scrittura digitale* esprime la sua *Natura aperta* anche col *Mostrare* (spesso in modo enfatico o iperbolico) più che col *Dire*, cioè le sue espressioni verbali sono *Immagini* piuttosto che *Parole*, le quali consentono di cogliere i *Colori tonici* della *Parola scritta* come se fosse un’espressione orale teatrale. Per cui i modelli della *Comunicazione digitale* si sono inseriti nella vita umana con nuovi strumenti e canali, ma sempre con lo stesso obiettivo di promuovere e valorizzare il messaggio dell’opera dello *Scrittore/Editore* e così giungere a incontrare il *Lettore digitale*: un processo che consente l’espressione della *Soggettività globale* del terzo millennio.

Quindi, l’*Editoria digitale* ha, per sua specifica natura (di tipo ancestrale), un patrimonio genetico di *Creatività aperta* — la cui base è un sincretismo fra l’*Autore* dell’opera e il *Progetto editoriale* della Casa editrice digitale —, che ha un carattere inter-disciplinare e *Agisce* con rapidità temporale, cioè essa compie un cammino inter-attivo e dinamico, che ha messo ai margini l’*Editoria cartacea*. Pertanto, siamo, forse, prossimi alla fine del *Testo* su carta, poiché la *Parola cartacea* è lenta e poco flessibile, e non può dare le risposte adeguate alle continue metamorfosi che avvengono nel *Mondo digitale globale*. Così il *Libro digitale* ha sostituito (in gran parte) quello cartaceo in quanto non più idoneo a dare *risposte rapide* come richiede la *Comunicazione digitale* odierna; cioè i processi e gli strumenti digitali hanno rivoluzionato le dinamiche editoriali e hanno ridotto lo storico ruolo dell’*Editoria cartacea*,

per cui l’*Editoria digitale* è divenuta il canale primario della comunicazione contemporanea, che ha invaso tutti i settori dell’esistenza umana e ha fatto divenire la *Parola* e l’*Immagine digitale* gli strumenti del *Protagonismo liquido* del terzo millennio.

3. In questo quadro, la 2° Edizione della Conferenza pubblica **LA MAGIA DELLA CREATIVITÀ. Carattere e valore dell’Essere creativo**² ha promosso la visione inter-disciplinare della *Creatività*³ con la proposta di alcune riflessioni sui *Valori della creatività editoriale* e sul processo *Creativo* che caratterizza la realizzazione del *Libro*. Per cui le diverse fasi del lavoro editoriale esemplificano il *Fare creativo* degli attori editoriali

² La Conferenza pubblica **LA MAGIA DELLA CREATIVITÀ. Carattere e valore dell’Essere creativo** (Seconda Edizione, Siena, Venerdì 5 ottobre 2018, ore 15.30, Terza Sala della Trattoria “Fonte Giusta”) è stata promossa e organizzata dall’**Associazione Culturale “la collina”** (Siena), ed è stata dedicata al tema: *Il ruolo e il valore della creatività nei Territori editoriali* (dopo la prima edizione del 2016, che ha riguardato il tema dell’*Arte femminile*); nonché si ringraziano: la Provincia di Siena per aver dato il Patrocinio alla Conferenza, i titolari della Trattoria “Fonte Giusta” per aver messo a disposizione la Sala, il Cescvot per il sostegno, la Rivista web “Alterità” e il negozio “Centro Risparmio” per la loro collaborazione alla Conferenza.

³ La “Creatività” nasce dalla Meraviglia e dal Dolore dell’Uomo, che ha in sé la “Verità plurale” in quanto la *Creatività* sorge dai territori interdisciplinari dell’*Ignoto* che vengono portati al *Noto*, un fenomeno che accade nei momenti di *genialità* o di *folia lucida* di una particolare Persona; cioè si tratta di occasioni che consentono di esplorare il mondo dell’*Inedito* e di proporre nuove Idee, nuovi Pensieri e Strumenti originali, per cui l’*Originalità* è il criterio oggettivo della *Creatività* umana. La *Persona creativa*, dunque, è quella che viene spinta dalla curiosità di andare *Oltre* le *Frontiere* del *Noto* e del *Convenzionale*: questo tipo di persona è un *Essere* autonomo e libero dai condizionamenti pratici esterni, è un *Critico* costruttivo che ha molti interessi conoscitivi, è una *Persona* molto intuitiva e sensibile ed è un *Solitario*, poiché la solitudine gli consente di percepire il *flusso dell’Ignoto* che attraversa il suo *Mondo interiore*. Per un approfondimento sull’etimologia creativa/culturale di alcune *Parole chiave* si veda il volume di Umberto Galimberti, *Parole nomadi*, Saggi/Feltrinelli, Milano, Ottobre 1994, 233 pp.

presenti in questo *processo professionale*: l’attività di creazione del *Libro*, che rappresenta il punto apicale del *lungo cammino* del *Fare editoriale*, riassume in sé le varie tipologie di *Creatività* che intervengono nel lavoro editoriale, perciò il *Libro* è il simbolo del *Valore olistico* delle professionalità presenti nel *Ciclo editoriale*⁴.



Figura 1. Tavolo dei relatori della Conferenza pubblica “La magia della creatività”, Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018. Foto: Archivio Associazione Culturale “la collina” (Siena).

⁴ L’Editoria, nel corso della nostra *Storia culturale*, ha usato una *pluralità* di metodi e strumenti tecnici al servizio del *Libro*, i quali hanno ampliato i percorsi progettuali per la nascita e lo sviluppo dei diversi nuovi *format* del *Libro*. In tal senso, per un esame dello scenario, si veda l’analisi storica della *vita del Libro* proposta da Gian Arturo Ferrari nel volume *Libro* (Bollati Boringhieri Editore, Torino, Aprile 2014, 1° Ed., 215 pp.).

I saggi presentati in questo *eBook* propongono le relazioni della suddetta Conferenza pubblica, che evidenziano il ruolo della *Creatività* nell’*Editoria sociale* e nell’*Editoria culturale* attraverso la proposta di due esperienze di Progetti editoriali (le pubblicazioni realizzate dall’Associazione Culturale “**la collina**” e dalla “Pascal Editrice”, entrambe di Siena) e la testimonianza di due attori della *Creatività*: la prima riguarda il ruolo della *Grafica editoriale* per l’ottimale comunicazione *figurata* dei contenuti del *Libro* e la seconda racconta alcune dinamiche presenti nel rapporto fra l’Autore e la Casa editrice. Dunque, si propongono due tipologie di *Editoria indipendente* e due esperienze degli Attori del processo editoriale, in cui la *Creatività* costituisce il comune denominatore dell’*Identità editoriale*, che non è stata sovvertita dall’attuale *Rivoluzione digitale*, ma ha solo modificato la tipologia degli strumenti e dei metodi del lavoro editoriale (inclusa anche la parte dell’Autore del libro).

Il primo dei due saggi critici, riguardanti l’*Editoria indipendente*, è quello su *Il valore della creatività nell’Editoria sociale* di Domenico Muscò, che propone, da una parte, l’analisi del *Valore* della *Creatività editoriale* come elemento di sviluppo del *Libro plurale* per le *riforme culturali* e, dall’altra parte, definisce il concetto di *Editoria sociale* come strumento di *comunicazione Plurale* rivolto alla promozione dei *Valori* della *Cultura*, in quanto i libri sono le *forme primarie* della narrazione della vita umana, cioè il *Libro* dell’*Editoria sociale* è un *Fattore culturale* che educa al *Libero pensiero* e alla crescita dell’*Identità olistica* della Persona.

Perciò l’autore del saggio pone l’attenzione sul *carattere Etico* del lavoro editoriale: il *Libro* come canale di trasformazione della società e come strumento di educazione dell’individuo verso una *Soggettività aperta*; così lo Scrittore e l’*Editore sociale* si incontrano sul piano del *Valore morale* della *Scrittura*, che si esprime nell’esercizio sociale dell’*Atto creativo*.

In sintesi, l’*Editoria sociale* promuove e valorizza le *Sfumature culturali ed etiche* quali strumenti di formazione dell’*Identità plurale* della Persona, cioè essa mira alla trasformazione delle persone attraverso il *Potere metamorfico* dell’opera *Aperta* che si sta leggendo/studiando; pertanto l’*Editoria sociale* è uno strumento di *Educazione*, che consente di cambiare la *forma mentis* della Persona per ottenere la formazione di un migliore *Stile di comportamento* (sia individuale che collettivo). Quindi, il *Libro* dell’*Editoria sociale* è l’*Attore* che promuove la *transizione culturale e morale* per il cambiamento interiore/esteriore della Persona e della Società in cui essa vive; e, nel complesso, la *Creatività* dell’*Editoria sociale* svolge anche un ruolo di orientamento per l’esercizio responsabile della *cittadinanza culturale attiva*.

Mentre il secondo saggio critico sull’*Editoria indipendente* è *L’apporto creativo nell’attività editoriale*⁵ di Fausto Tanzarella, dedicato all’esperienza professionale che egli ha svolto nell’ambito di una Casa

⁵ Il titolo originario della relazione (in sede di Conferenza) di Fausto Tanzarella è *Obiettivi e risultati del lavoro editoriale nel settore della creatività letteraria*, che per la pubblicazione in questo *eBook* è stato modificato dall’autore in: *L’apporto creativo nell’attività editoriale*.

editrice indipendente senese, da cui ha tratto le specifiche riflessioni sul ruolo della *Creatività editoriale* nel settore culturale, per cui si tratta di un saggio che ha il carattere della testimonianza sul lavoro editoriale svolto con la “Pascal Editrice”. Infatti, Tanzarella spiega che la *Creatività* delinea il carattere operativo della piccola Casa editrice, cioè la *dimensione creativa* del lavoro editoriale incide sulle *strategie* e condiziona la selezione degli autori e dei testi. Perciò Tanzarella sostiene che la *Creatività strategica* del piccolo Editore è incentrata sulla scelta di tematiche e scrittori del proprio territorio, in quanto è l’unica strategia possibile che assicura la sopravvivenza di una locale Casa editrice.

In particolare, Tanzarella chiarisce che la *Creatività* del lavoro editoriale è una dimensione che fa parte della *Creatività letteraria*, cioè la *Creatività editoriale* prende consistenza nella *specifica identità* della *figura dell’Editor*, poiché il ruolo dell’*Editor* condiziona (e spesso anche determina) il carattere della Casa editrice: l’*Editor* approccia l’opera inedita studiandone la forma linguistica e l’equilibrio strutturale interno, da cui emergono sia le eventuali criticità che insistono nell’opera che la libera sinergia creativa tra l’Autore e l’*Editor*. Una dinamica che evidenzia la specifica *Creatività* del lavoro editoriale e che richiede molta “esperienza, preparazione, rigore, impegno”⁶, in quanto il *Libro* è frutto di un processo che necessita l’intervento di molti soggetti professionali, *in primis* il contributo creativo dell’*Editor*.

⁶ Fausto Tanzarella, *L’apporto creativo nell’attività editoriale*, infra, p. 32.

L’apporto dell’*Editing*, secondo Tanzarella, ha due *dimensioni creative*: l’*Editing Strutturale* (che valuta il modo in cui è scritto il libro, la qualità dei contenuti, il genere di scrittura, etc.) e l’*Editing Compilativo* (che controlla il *Testo* e corregge eventuali errori nella struttura, dà *suggerimenti* all’Autore su cosa modificare o ampliare, etc.), per cui l’*Editor* svolge un *ruolo molto Creativo*, poiché coopera con l’Autore alla scrittura del *Testo*. Nonché la *Creatività* dell’*Editor* raggiunge il suo apice nella composizione della *Copertina del Libro*, in quanto è il *luogo* che contribuisce a fare la fortuna del *Libro* attraverso la *Prima relazione* col lettore; perciò la *Copertina* è il *luogo bi-polare* che esprime il contributo principale apportato dall’*Editor* per il buon successo del *Libro*. Dunque, le due tipologie di *Editing* sono “due diversi livelli di creatività”⁷ che si integrano al solo fine di alzare la qualità del *Libro*.

Infine, Tanzarella sostiene che nel lavoro dell’Editore c’è un legittimo “spazio per la creatività”⁸, poiché essa costituisce un “elemento essenziale e irrinunciabile al fine di ottenere risultati significativi”⁹: si tratta di una *Creatività molto speciale*, che definisce come la “creatività ausiliaria”¹⁰, la quale è la *Creatività* che affianca e sostiene quella *primaria* dell’Autore dell’opera, per cui la *Creatività editoriale* è l’impegno principale che assume l’Editore per costruire un “fecondo rapporto di intesa

⁷ F. Tanzarella, *L’apporto creativo nell’attività editoriale*, infra, p. 34.

⁸ F. Tanzarella, *L’apporto creativo nell’attività editoriale*, infra, p. 40.

⁹ F. Tanzarella, *L’apporto creativo nell’attività editoriale*, infra, p. 40.

¹⁰ F. Tanzarella, *L’apporto creativo nell’attività editoriale*, infra, p. 40.

e sinergia con l'autore”¹¹. Questo rapporto fra l'Autore e l'Editore costituisce il *comune punto di confluenza* alle loro specifiche necessità, cioè i due protagonisti (Autore ed Editore) devono compiere un *cammino condiviso* per ottenere il risultato del *Libro*. Una visione che si basa sull'*indipendenza responsabile dell'Editore*, cioè sulla capacità di mantenere il giusto equilibrio tra le esigenze dell'Autore e quelle professionali dell'Editore del *Libro*.

Quindi, il saggio di Tanzarella promuove il *Valore creativo dell'attività editoriale* attraverso una visione ispirata all'approccio artigianale del *Fare culturale*, ossia il piccolo Editore di Tanzarella si configura come l'*Artigiano della Creatività*, che fa proprie le *regole dell'Editoria* adattandole alla creazione di un suo specifico stile di *Lavoro editoriale*. Naturalmente, siamo in presenza di un modello che rientra nella tradizione dell'*Editoria indipendente*, che instaura rapporti diretti, in prima persona, con l'Autore e la sua Opera, cioè non esistono *strutture organizzative* che filtrano/alterano la relazione fra l'Editore e l'Autore: una condizione di base, necessaria e indispensabile, affinché nasca il *Libro* come elemento di *sintesi plurale* delle visioni di entrambi i Soggetti protagonisti del processo editoriale.

Poi segue il terzo saggio critico dell'*eBook*, riguardante la prima delle due esperienze sui progetti editoriali, *Il valore della creatività artistica*

¹¹ F. Tanzarella, *L'apporto creativo nell'attività editoriale*, infra, p. 40.

nell'elaborazione dell'immagine editoriale di Edoardo Gonnella, che parte da una premessa di carattere storico, cioè pone l'attenzione sulle recenti innovazioni tecnologiche digitali intervenute nel settore della *Grafica*, alle quali essa ha dovuto adattarsi con nuovi strumenti per esprimere la sua *Creatività*, che ha trasformato e sviluppato il concetto di *Grafica* e il *ruolo sociale* del grafico. In specifico, il saggio di Gonnella svolge un percorso bifronte, poiché, da una parte, definisce l'identità della professione del grafico, e, dall'altra parte, esamina il significato della *Simbologia grafica* in relazione all'argomento del prodotto editoriale, per cui il *Messaggio simbolizzato* rappresenta la *Comunicazione* che va a impattare i processi culturali e i costumi sociali del fruitore; e per questo motivo Gonnella definisce la *Grafica* come “l'arte colloquiale del nostro tempo”¹², cioè l'Arte che dà al grafico un *ruolo sociale*, poiché la sua *Opera visiva* viene fruita da tutti senza limiti di spazio e tempo.

In particolare, la *Grafica editoriale* crea la comunicazione con l'uso di “tecniche di visualizzazione al servizio di chi elabora un messaggio destinato a un determinato gruppo di ‘utenti’ ”¹³: un risultato che si ottiene con la gestione creativa del *Segno* e del *Simbolo*, con le immagini che esprimono i concetti di un prodotto editoriale, cioè un *buon progetto grafico* agevola la comunicazione dei concetti del *Libro*. Così la *Grafica editoriale* costruisce l'immagine pubblica del *Libro* per *comunicare* i suoi

¹² Edoardo Gonnella, *Il valore della creatività artistica nell'elaborazione dell'immagine editoriale*, infra, p. 49.

¹³ E. Gonnella, *Il valore della creatività artistica nell'elaborazione dell'immagine editoriale*, infra, p. 42.

contenuti, per cui essa svolge un ruolo di *Facilitatore della comunicazione* fra l’Autore del *Libro* e il Pubblico dei lettori. Questo compito è affidato, soprattutto, alla *Copertina del Libro*, poiché il primo contatto del lettore col *Libro* è solo di tipo *visivo*, e per questo motivo, secondo Gonnella, l’immagine grafica della *Copertina* deve essere *appropriata* alle idee presentate nel *Libro* e deve essere *funzionale* a catturare l’attenzione dei lettori. Dunque, la *comunicazione visiva* del tema del *Libro* è affidata in esclusiva all’immagine della *prima di Copertina*, perciò la *Creatività grafica* svolge un ruolo orientativo del *Valore Libro*.

Quindi, è chiaro che il *lavoro del grafico* entra in una *delicata fase* del progetto editoriale, che ha lo scopo di accompagnare/sostenere sempre la visione/lettura dei contenuti del *Libro*, poiché l’immagine grafica impressa al tema del *Libro* fornisce una *costante* che aderisce al *Libro* per tutta la sua *Vita*; perciò la veste grafica data al *Libro* diventa il suo *abito figurato*, che esprime l’identità culturale sia dell’Editore che dell’Autore dell’opera, e così tra *Libro* e *Grafica* nasce e si sviluppa un rapporto di *simbiosi permanente*.

Infine, col quarto e ultimo saggio (sulla seconda delle due esperienze sui Progetti editoriali), *Il ruolo dell’Editore secondo l’Autore: luci e ombre di un rapporto a senso unico* di Alex R. Falzon, si conclude il nostro *eBook*, dove sono delineati alcuni caratteri dell’esperienza che l’Autore ha svolto nel corso della sua attività di studioso accademico, donandoci un esempio di come nascono e si evolvono i rapporti dell’Autore con le Case editrici che hanno pubblicato i suoi libri. Infatti, questa

dinamica relazionale, secondo Falzon, è importante per la comprensione del discorso sulle tipologie di Case editrici con cui ha interagito, in quanto l’*Editoria* è una parte determinante della professione di Accademico per la pubblicazione delle ricerche realizzate.

Falzon, dall’analisi dei suoi incontri con le Case editrici, desume la sua visione delle dinamiche che nascono tra i due soggetti (Autore ed Editore), che ci consente di capire quali siano le difficoltà da risolvere per pubblicare un’Opera. Infatti, Falzon ammette che, a volte, il rapporto dell’Autore con l’Editore è a *sensu unico* a favore dell’Editore, il quale ha sempre l’ultima parola negli accordi preliminari alla pubblicazione del *Libro*. In particolare, Falzon racconta la sua esperienza con gli Editori toscani con cui ha pubblicato molti dei suoi libri; cioè 4 dei suoi 5 studi monografici sono stati pubblicati da Editori toscani: due sono di Siena (Case editrici indipendenti) e due sono di Pisa (Case editrici accademiche, che pubblicano testi frutto di ricerche svolte dai docenti universitari). Questi quattro libri riguardano: il *Ciclo arturiano* del 1996 e il *Canzoniere di Bob Dylan* del 2016 (con Editori senesi indipendenti), la poesia giovanile di Philip Larkin del 2000 e la tragedia *Salomè* di Oscar Wilde del 2007 (con Editori pisani accademici), ai quali si aggiunge un quinto libro monografico (pubblicato da un Editore non toscano) dedicato alle traduzioni letterarie di Angela Carter. Tutti questi libri hanno il comune denominatore nella *grande curiosità e creatività* dell’Autore, cioè la forza propulsiva dello *studio per la Conoscenza*.

Falzon si sofferma, in specifico, sulla prima fase del rapporto con l’Editore: la ricerca di una Casa editrice per il proprio *Testo*; cioè esamina

gli specifici casi di ognuno dei quattro libri, ma approfondisce soprattutto l’esperienza del secondo libro pubblicato a Siena nel maggio 2016 con l’Editore “Melville”, dedicato a Bob Dylan, in occasione del compimento dei 75 anni di Dylan. In questo caso è successa, racconta Falzon, una cosa importante: l’assegnazione del Premio Nobel per la Letteratura a Dylan a Ottobre 2016, per cui l’uscita del *Libro* a maggio di quell’anno ha consentito di beneficiare del clamore mediatico a seguito dell’assegnazione del Nobel a Dylan, un fattore che ha aiutato la diffusione e la vendita di questo *Libro*.

In sintesi, Falzon ha svolto un’interpretazione del lavoro editoriale dalla *prospettiva di Autore*, cioè ha evidenziato alcuni aspetti che restano non compresi dai lettori per non conoscenza della dinamica e degli strumenti professionali (tecnici, editing e marketing) che sono propri dell’Editore. Per esempio, nell’esperienza di Falzon con le Case editrici (toschane e non toscane) c’è la *costante* della figura dell’Editore che svolge sempre un ruolo primario, che “può sì gettare ‘luci e ombre’ nel suo rapporto con l’Autore”¹⁴, ma tale rapporto non sempre è *a senso unico*, come dimostra il caso dell’esperienza con l’Editore Melville di Siena. Perciò, seppure la relazione fra l’Autore e l’Editore non sempre sia equa, comunque costituisce la *Chiave* che guida il rapporto che nasce fra l’Autore e la Casa editrice: una dicotomia (umana e culturale) tra le due *Figure* che si salda nel processo che porta alla pubblicazione del *Libro*.

¹⁴ Alex Falzon, *Il ruolo dell’Editore secondo l’Autore: luci e ombre di un rapporto a senso unico*, infra, p. 60.

Pertanto il saggio di Falzon ci propone una personale testimonianza sulle dinamiche del rapporto fra i due *soggetti protagonisti* che fanno nascere il *Libro*: è l’incontro primario fra l’Autore e l’Editore che fa emergere la sinergia tra la *Parola* creativa e il *Progetto* editoriale. Dunque, alla base del rapporto Autore-Editore insistono la passione e la convinzione che il *Libro* sia un *Valore*, che nella sua vita produrrà *nuovi altri valori* in base agli *occhi futuri* che lo leggeranno, da cui sorgeranno *nuove visioni del mondo*; perciò l’esperienza che ci ha raccontato Falzon ci trasmette l’idea che il *Libro* è un luogo d’incontro apicale tra due *universi culturali* per la creazione e la gestione dell’*Arte della Parola*. Così l’amore per il *Libro* costituisce il punto di sintesi tra le due *Figure* per il raggiungimento del loro comune obiettivo: i due soggetti sono orientati da un processo unificante che rende l’*Opera* edita la testimonianza convergente delle due *diverse volontà*. Una modalità che trova *plastica manifestazione* nelle fasi di presentazione pubblica del *Libro* e della sua distribuzione, quando l’Autore e l’Editore trovano la loro *specifica soddisfazione* (in termini di risultati concreti) nei momenti di promozione, diffusione e valorizzazione dei contenuti del *Libro*, cioè nelle fasi di contatto diretto con le librerie e col *Letto*: sia quello per passione che quello di professione.

Quindi, questi quattro saggi propongono le visioni maturate attraverso l’esperienza editoriale che hanno avuto i rispettivi autori: un settore che, per sua *natura*, esprime un’intrinseca *molteplicità* di generi e approcci editoriali, che conducono a *Prodotti* molto diversi e sviluppano

processi di *Pensiero plurale* per spontanea vocazione; perciò tali saggi ci offrono sia le esperienze editoriali nate da premesse socio-culturali diversificate che, naturalmente, lo sviluppo di risultati consoni alla natura plurale della *Creatività*.

4. Il presente *eBook* propone, secondo le specifiche esperienze di ciascun Autore, un quadro del *Ruolo* e del *Valore* della *Creatività* nel fare il *Libro*, cioè l'*eBook* si sofferma sulla specifica *dimensione Creativa* del processo editoriale: sull'arte della *Creatività* come strumento *sui generis* dell'Editoria indipendente e sulla *Creatività* come percorso di *implementazione* e valorizzazione dell'*Editoria sociale*. Così l'*eBook* offre un esempio delle dinamiche che attraversano la *Creatività editoriale*, cioè il complesso percorso che ogni *Libro* deve affrontare prima di giungere alla libreria e al lettore; perciò la *magia della Creatività editoriale* contribuisce, in modo *fondante*, a far nascere il *Libro* nella sua *policentrica diversità*, soprattutto oggi, grazie alle innovazioni di processo e di prodotto apportate dalla *Scienza e tecnologia digitale*.

Inoltre, l'*eBook* promuove una riflessione sulla *Creatività editoriale* con un confronto sul *processo creativo* insito alla realizzazione e pubblicazione del *Libro* nell'Editoria indipendente, poiché l'indipendenza dell'Editore è determinante sia per la tutela del *Valore* della *Parola del Libro* che per la libera espressione della *Creatività editoriale* in sé, in quanto il *ruolo e il valore della Creatività* come *Bene autonomo* sono la base fondamentale per condurre un'esperienza di *Progetto editoriale*

indipendente. Perciò l'*eBook* valorizza la specifica *dimensione creativa* del processo editoriale che conduce alla realizzazione del *Bene Libro*, nonché propone l'arte della *Creatività* come strumento *sui generis* dell'Editoria indipendente e come percorso sostanziale di *implementazione* dell'Editoria sociale.

In conclusione, il lettore di questo *eBook* comprenderà che la *Pluralità* dell'Editoria indipendente è un fattore necessario e fondante per la comprensione del *Territorio editoriale*, che è attore propositivo del *Cammino evolutivo* della nostra *Cultura*; perciò il carattere proprio dell'Editoria indipendente è di tipo *moltiplicatore*, ossia ogni *Libro* realizzato contribuisce alla nascita di *futuri nuovi libri*: è un *Processo creativo* che ha in sé il *moto perpetuo* della moltiplicazione, in quanto questa è la natura peculiare della *mente editoriale umana*. Nonché, il presente *eBook* è un contributo al *Cammino plurale* della *Parola scritta digitale*, che apre a continue nuove esperienze del *Sapere umano*.

Chiusdino (SI), Maggio 2019

Atti della 2° Edizione della Conferenza pubblica

LA MAGIA DELLA CREATIVITÀ

Carattere e valore dell'Essere creativo

Siena, 5 ottobre 2018

A cura di Domenico Muscò

ASSOCIAZIONE CULTURALE “LA COLLINA”

Siena, Maggio 2019

Atti della 2° Edizione della Conferenza pubblica

LA MAGIA DELLA CREATIVITÀ

Carattere e valore dell'Essere creativo

Siena, 5 ottobre 2018

A cura di Domenico Muscò

ASSOCIAZIONE CULTURALE “LA COLLINA”

Siena, Maggio 2019

I. IL VALORE DELLA CREATIVITÀ NELL'EDITORIA SOCIALE

di Domenico Muscò

La *Creatività*, nel mondo dell'*Editoria indipendente*, svolge un ruolo molto importante (seppure poco riconosciuto), poiché l'*Indipendenza creativa* è determinante per avere le condizioni che consentono la libera espressione della *progettualità editoriale* e del *Valore* della *Parola del Libro*, in quanto il *Libro* è un *Bene culturale plurale* ancor di più oggi in epoca del *digitale esondante*, che ha trasformato, sin dalle fondamenta, il tradizionale sistema editoriale cartaceo.

In tale quadro si colloca l'*Editoria sociale* (una particolare branca dell'*Editoria indipendente*), dove la *Creatività* editoriale svolge un ruolo di *cittadinanza culturale attiva* tesa a promuovere il *Valore creativo* come fattore di *coesione socio-culturale*.

L'*Editoria sociale* è uno dei vari *Processi* che si verificano nello svolgimento delle *attività socio-culturali* promosse dagli Enti del Terzo Settore, come, per esempio, le Associazioni non profit, le Fondazioni, le Cooperative, i Centri di Servizio per il Volontariato, nonché da alcuni Enti pubblici come le Università; cioè l'*Editoria sociale* è indirizzata allo sviluppo della sensibilità culturale e valoriale della loro rete di riferimento (Soci e Collaboratori, Docenti e Studenti, etc.), nonché è indirizzata a creare risposte ai bisogni di comunicazione attraverso i *valori* che ognuno

di questi Enti propone come tenuta della propria *coesione culturale* e crescita del loro *modello di educazione sociale*.

Infatti, l'*Editoria sociale* si realizza attraverso, per esempio, le pubblicazioni delle Associazioni Culturali (come, appunto, il caso dell'Associazione “**la collina**”¹⁵), che sono create durante lo svolgimento dei loro Progetti con iniziative ambientali, letterarie, educative, formative, sociali, etc. Perciò l'*Editoria sociale* è un processo di *Comunicazione* rivolto allo sviluppo di *nuove Culture* e alla costruzione di *percorsi comuni* della *Scrittura* (con *Riviste* e *Libri plurali*) secondo un approccio interdisciplinare e multi-disciplinare, cioè l'*Editoria sociale* propone delle *Verità alternative* quali possibili *Risposte* ai *bisogni e problemi* della nostra vita, e così nasce il *Libro* che racconta a più voci la ricerca di *soluzioni migliori*: è il *Libro* che propone la *Via nuova ottimale* che si vorrebbe costruire in modo collettivo.

¹⁵ Il Progetto editoriale dell'Associazione Culturale “**la collina**” (fondata a Siena nell'Aprile 1990) nasce dalla *Creatività della Parola* e dall'*Amore* per la promozione di *percorsi comuni* della *Scrittura*. L'attività editoriale dell'Associazione “**la collina**” si è articolata in due direzioni: la prima riguarda le *pubblicazioni periodiche* (n. 4 Riviste, 2 cartacee e 2 digitali: “**la collina**” e “**Suggerimenti**”, “**la collinaWeb**” e “**Alterità**”, 1984-2018); mentre la seconda direzione riguarda i *Libri plurali* (n. 21 libri: n. 15 cartacei e n. 6 digitali, e un Poster cartaceo (dipinto), dal 1991 al 2019); attività editoriali che hanno permesso di osservare/analizzare i bisogni delle persone di accesso agli spazi editoriali per la *Scrittura* dedicata alla letteratura, ai beni culturali e alle risorse naturali e ambientali. I due *percorsi editoriali* hanno sempre *osservato* lo stesso orizzonte: la *Cultura multi/interdisciplinare* senza pregiudizi di parte, ossia l'Associazione “**la collina**” ha messo al centro il *Valore della Parola* nella sua *essenza* ancestrale. Dunque, il *sentiero culturale*, tracciato prima con la Rivista letteraria “**la collina**” e poi proseguito con l'Associazione “**la collina**”, ha il suo comune denominatore nel *valore solidale* della *Parola*, che nel nostro esercizio associativo assume il nome, infatti, di *Editoria sociale*.

Perciò lo scopo dell’*Editoria sociale* è quello di rispondere ai *bisogni di Cultura* sia con la *ricchezza valoriale* che con la *Passione per il Libro indipendente* come *Attore di formazione della coscienza civica plurale* e la costruzione di un *rapporto diretto* fra Editore/Autore (da una parte) e il Lettore (dall’altra parte), cioè un rapporto senza le intermediazioni degli Uffici stampa e delle Grandi librerie; per questo l’*Editoria sociale* opera seguendo i criteri della *filiere corta* per la promozione e la distribuzione del *Prodotto editoriale*, come anche per la realizzazione del *Libro* stesso, tra cui, per esempio, il rispetto del criterio dell’*ecosostenibilità* nella scelta dei materiali e nell’adozione delle tipologie dei *processi lavorativi* (in particolare quelli tipografici).

L’*Editoria sociale*, quindi, propone un’*Etica della creatività*, che contribuisce alla crescita della cittadinanza *solidale* nella società, poiché la *Creatività etica* ci educa ad assumere comportamenti *consapevoli e responsabili* nelle dinamiche socio-culturali/ambientali, a valorizzare e promuovere il rispetto dei *Beni culturali e naturali del Territorio*, a sviluppare comportamenti intergenerazionali *solidali*, nonché a far conoscere i *Valori* specifici e le storie di ognuno dei suddetti Enti, etc.; perciò il *Libro* dell’*Editoria sociale* promuove l’educazione alla *cittadinanza culturale attiva* e orienta al *Pensiero libero e autonomo* dell’*Uomo*.

Mentre, il *Valore* della *Creatività* nell’*Editoria sociale* si fonda sulla *Parola plurale*, cioè sull’*Incontro sinergico* fra il messaggio delle *Scritture*

e i Progetti culturali degli *Editori sociali*; un processo da cui sorge (ma non sempre) il *Libro sociale* quale *Soggetto dialettico*, che promuove la riflessione analitica e la coscienza critica, nonché educa all’*Inter-cultura* per l’assunzione di comportamenti consapevoli e responsabili.

In particolare, il *Valore* della *Creatività* si esprime nell’esplorazione dei nostri *Sentieri percettivi*, nelle visioni *multi-culturali*, nel *dialogo interdisciplinare*, etc., per cui il *Valore* della *Creatività* nell’*Editoria sociale* trova esemplificazione nei settori della *vita umana* in cui la *Parola* svolge un *ruolo Essenziale* come, per esempio: nella promozione culturale (conferenze e convegni), nell’informazione plurale (libri e riviste), nella comunicazione sociale (riunioni, assemblee, *Newsletters*, siti web, etc.), nell’educazione e nella formazione di gruppo (corsi e seminari), etc., che trovano la loro tesaurizzazione nella *Parola plurale* del *Libro sociale*.

Inoltre, il *Valore* della *Creatività* nell’*Editoria sociale* va oltre la *Scrittura* in sé, poiché dà risposte ai *bisogni Esistenziali* dell’*Uomo*, perciò fare *Editoria sociale* significa produrre *Libri* che veicolano la *Creatività* come strumento di *crescita olistica* dell’*Uomo*: dalla dimensione interiore (morale, religiosa, etc.) a quella esteriore (politica, professionale, etc.). Per cui il *Valore plurale* del *Libro* nell’*Editoria sociale* è quello che unisce l’*Universo utopico* al bisogno di *cambiamento* della realtà: è la creazione di un *rapporto biunivoco* tra la *Vita reale* e la *Parola plurale* che nasce dal bisogno di rinnovamento radicale; così il *Valore* della *Creatività* nell’*Editoria sociale* si manifesta nel *sincretismo generativo* fra la

vocazione sociale della Parola e la Comunicazione fattuale delle realtà di Vita.

In conclusione, il *Valore* della *Creatività* nell’*Editoria sociale* è il *motore processuale* che sviluppa la *sensibilità* e la *consapevolezza* per la ricerca e la proposta di *soluzioni* ai nostri problemi culturali, ambientali, sociali, etc.; nonché il *Valore* della *Creatività* rafforza il *legame* della *Persona* col *Bene Libro*, poiché la *Creatività* sviluppa la *sinergia comunicativa* fra la *Persona* e il *Libro*, cioè favorisce l’*Incontro culturale* fra l’Autore, l’Editore e il Lettore. Per cui il *Valore* della *Creatività editoriale* promuove, nel complesso, la crescita della *Cittadinanza culturale olistica* e la valorizzazione della *Parola plurale* come strumento di *riforma sociale*.

Chiusdino (SI), venerdì 14 dicembre 2018

II. L'APPORTO CREATIVO NELL'ATTIVITÀ EDITORIALE¹⁶

di Fausto Tanzarella

1. La creatività propria del lavoro editoriale

Ringrazio gli organizzatori di questa Conferenza, perché hanno voluto dare particolar visibilità al lavoro, all'opera dell'Editore. Si tratta di una dimensione del vasto campo della creatività letteraria spesso trascurata, in alcuni casi misconosciuta.

Forse non ci avete fatto caso – poca gente ci fa caso – ma accade frequentemente che sulla stampa, anche su organi di informazione di primo piano, o nel web, si parli di un libro citando solo autore e titolo, omettendo di indicare l'editore.



Figura 2. Intervento di Fausto Tanzarella alla Conferenza pubblica “La magia della creatività” (Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018). Foto: Archivio Associazione Culturale “la collina” (Siena).

¹⁶ Il titolo originario della relazione pronunciata, in sede di Conferenza, da F. Tanzarella è: *Obiettivi e risultati del lavoro editoriale nel settore della creatività letteraria*, che per la pubblicazione in questa sede è stato modificato dall'autore in: *L'apporto creativo nell'attività editoriale* (titolo attribuito in fase di revisione della relazione per la pubblicazione negli Atti) e che, quindi, ha sostituito quello precedente, indicato nel Programma della Conferenza “La magia della creatività” (Siena, 5-10-2018).

Forse molta gente pensa che i libri si pubblichino da sé. Per la verità questo oggi in molti casi rischia di essere vero: nel senso che esistono siti di *self publishing* dove si può mandare un testo e, pagando, vi danno un libro. Ma questa non è editoria, perché quel testo viene messo in stampa o trasformato in *eBook* così com'è arrivato, senza il minimo lavoro non dico di *editing*, ma nemmeno di pura e semplice correzione di bozze. L'editoria è ben altra cosa, ed è un lavoro che richiede esperienza, preparazione, rigore, impegno e creatività.

L'oggetto libro che prendiamo in mano è il risultato di un complesso processo di elaborazione nel quale, a stadi di avanzamento, intervengono più soggetti professionali: *editor*, correttore di bozze, grafico impaginatore di testo e copertina (ma per quest'ultima sarà necessaria di nuovo l'intervento dell'*editor*), ufficio stampa per la promozione. Se poi il manoscritto è stato portato all'editore da un'agente editoriale, abbiamo un passaggio in più, che a sua volta contiene più livelli di lavoro. Naturalmente, se il libro è scritto in una lingua straniera fin dall'inizio interverrà l'opera fondamentale del traduttore, un contributo assolutamente creativo in sé.

Tanto per ricordare quanto lavoro, anzi quanti lavori di soggetti diversi dovranno concorrere per costruire l'oggetto libro.

Non faccio cenno all'aspetto burocratico-amministrativo, la stesura del contratto, gli accordi a latere, perché obiettivamente estraneo alla sfera della creatività editoriale.

Ma procediamo con ordine. In principio è l’Autore. Qualcuno nel chiuso della sua stanzetta digita parole sul proprio PC (ma c’è ancora chi la prima stesura la fa a mano). Dunque all’editore arriva un dattiloscritto o un file. Se l’editore accetta il testo, ecco che inizia un lungo processo di elaborazione dello stesso, la cui intensità dipenderà dal livello di maturazione del manoscritto quando l’autore lo ha licenziato.

Possono esistere, a mio parere, due diverse dimensioni di *editing*, uno che definirei *strutturale* e l’altro che chiamerei *compilativo*. In entrambi la creatività è indispensabile.

Cos’è l’*editing strutturale*? Può accadere che sul tavolo di un editore arrivi un testo che, per come è scritto, andrebbe cestinato; ma quel testo contiene una testimonianza storica o di vita, oppure racconta una storia che può trasmettere valori ed esperienze di assoluta rilevanza. Accade spesso nella memorialistica, ma non solo. A me è capitato più di una volta. Ecco che allora l’*editing* diventa scrittura, di fatto l’*editor* riscrive il libro, da cima a fondo. Dalla grande editoria poi vediamo spesso, troppo spesso, sfornare libri di personaggi famosi che, in realtà, non hanno dimestichezza con le belle lettere, magari nemmeno con grammatica e sintassi ma sono, appunto, famosi: campioni dello sport, cantanti, attori, star della televisione..., il pubblico li ama, quindi un libro con il loro nome in copertina venderà: qualcuno si incarica di scriverlo. Ma attenzione: questo non è *editing strutturale*, è il lavoro di un *Ghost writer*. Anche questa è una professionalità, pur se non riconosciuta, notevolmente diffusa nel nostro

mercato editoriale. Sono molti i libri scritti da gente diversa da quella che figura in copertina come autore e ci sono centinaia di persone in Italia che vivono scrivendo libri per altri: *Creatività occulta*.

Possiamo parlare di *editing compilativo* quando il testo è valido e completo in sé e il lavoro dell’*editor* deve limitarsi a vigilare su problemi formali che possono consistere in sviste o incongruenze, contraddizioni, ripetizioni, salti logici o temporali. Il lavoro dell’*editor* può anche andare ben oltre, nel senso di suggerire all’autore eventuali modifiche, tagli, ampliamenti, vere e proprie svolte nella dinamica della storia narrata. Chiaro che in questi casi il contributo creativo dell’*editor* è molto consistente, ma è essenziale che tale lavoro sia svolto in un rapporto di stretta cooperazione con l’autore.

Esistono casi, alcuni famosi (Carver e Gordon Lish...), nei quali si è assistito ad una vera e propria sovrapposizione o addirittura sostituzione arbitraria dell’*editor* sull’autore. Quando ciò accade, a mio parere, siamo fuori dall’editoria. L’*editor* deve affiancarsi non sovrapporsi all’autore. Deve trattarsi dell’integrazione di due diversi livelli di creatività. Molti *editors* sono stati a loro volta grandi scrittori: Vittorini, Bassani, Fruttero e Lucentini, ma essi non hanno mai invaso col proprio talento l’opera che trattavano, lo hanno messo al suo servizio, certamente innalzandone il livello.

Personalmente ritengo di aver “aiutato” in maniera sostanziale molti dei libri che abbiamo prodotto come “Pascal Editrice”, sia nella

configurazione della versione definitiva del testo, sia poi nella composizione della copertina.

Ecco questo è un aspetto sul quale è necessario soffermarci, perché forse è quello dove si esprime al meglio e al massimo la creatività dell'*editor*. Credo non serva spiegare come e quanto sia importante la copertina per la fortuna di un libro; è la forma nella quale si presenta un libro sia a chi giri per gli scaffali di una libreria, sia a chi navighi nel web tra le librerie *on line*. La copertina deve presentare un'immagine, che va scelta o prodotta, secondo i casi; essa deve in qualche modo rappresentare il contenuto del libro, ma deve essere attrattiva, coinvolgente, deve comunicare. Non è facile scegliere una buona immagine di copertina, occorre esperienza, senso estetico, conoscenza del mercato e la forza di opporsi ai desiderata degli autori, che spesso sono i peggiori nemici dei loro libri. Spesso si presentano con l'acquerello o il carboncino realizzato dal caro amico o dal fidanzato o fidanzata o, peggio ancora, dalla mamma, puntualmente inservibile e l'editore deve difendere il libro da questi attentati. Ancor più delicato è il discorso del titolo. Gli scrittori hanno un talento straordinario per scegliere titoli sbagliati (ricordate che a mia volta sono scrittore, quindi nessuna animosità verso la categoria). Recentemente è stato pubblicato un post *Storiaccia...* Quasi mai un romanzo viene pubblicato con il titolo che gli aveva dato l'autore, a sceglierlo è l'*editor* e normalmente ci indovina. Rivendico il merito di aver salvato molti romanzi di valore da titoli aberranti. Importantissima è, infine, la *quarta* o il risvolto, insomma lo spazio dove in poche parole l'*editor* “presenta” il

libro. Bisogna sinteticamente spiegare cosa il lettore incontrerà se deciderà di comprare: dunque bisogna attrarlo, invogliarlo ma senza ingannarlo, perché i lettori hanno ottima memoria. La *quarta* deve sottolineare, evidenziare quanto di meglio effettivamente c'è nel libro. Evidentemente la tecnica di composizione di questo breve testo varierà in base al genere: giallo, thriller, romanzo psicologico, di costume, ecc.

Piccola annotazione: gli autori hanno memoria cortissima, per quanto sostanziale possa esser stato il contributo dell'*editor*, per quanto gravi fossero le sviste presenti sulla prima bozza, per quanto felice si sia rivelata la scelta del titolo che avete imposto, tutto questo l'autore lo dimenticherà immediatamente e completamente, tutto sarà suo e solo suo. Si ricorderà di voi solo per lamentarsi per le lacune nella distribuzione e gli eventuali ritardi nel versamento delle *royalties*.

2. La creatività nell'elaborazione delle strategie culturali della Casa

Abbiamo esaminato il concetto di creatività editoriale nel testo. Altro e fondamentale aspetto è l'apporto di creatività nell'elaborazione e gestione delle strategie operative di una Casa editrice. Per quanto ovvio, bisogna subito chiarire che questo aspetto varia completamente secondo che si tratti di una grande o anche media azienda editoriale o invece di una piccola realtà.

Una grande, ma anche media, Casa editrice, si confronta con un mercato di livello nazionale o anche internazionale, ha una grande distribuzione, ha accesso a grandi e potenti canali d'informazione, giornali,

riviste, tv, radio, web, ha una pianificazione editoriale che si programma in termini di anni. Insomma parliamo di un altro mondo rispetto a quella che è la realtà del piccolo editore, che sta in provincia, che ha uno o due dipendenti o più spesso viaggia a conduzione familiare, che come massimo livello di visibilità può contare sulla propria pagina *facebook*, qualche passaggio nelle TV locali, qualche comunicato sulla stampa sempre locale, qualche ora di esposizione nelle vetrine delle librerie della propria città.

Diciamo che il principale sforzo di creatività che il piccolo editore deve compiere a livello di strategie operative consiste nell'assicurare la propria sopravvivenza, poi può farsi venire delle idee: mi sembra chiaro che il piccolo non può e non deve mettersi in competizione con la grande editoria, cioè produrre una tipologia di romanzi o saggi del genere di quelli proposti a profusione dalle grandi Case, che naturalmente possono contare su autori di ben altro nome e sulla solita imponente distribuzione. Ecco che dunque il piccolo editore si concentra su tematiche locali: storiografia, antropologia, memorialistica legate al territorio o narrativa di autori locali, i kamikaze come me pubblicano anche poeti locali.

Dobbiamo riconoscere che questo è un passaggio obbligato, che tuttavia rischia di provocare un certo effetto di saturazione nel mercato. Qui deve intervenire quello che può senz'altro definirsi uno sforzo creativo. La realtà di un territorio, di ogni territorio, almeno in un Paese come l'Italia, è sempre ricco di elementi e valori nei quali è possibile scoprire aspetti o stimoli per idee innovative. Qui a Siena, per esempio, abbiamo una

sterminata pubblicistica sul Palio, eppure il recente libro di Massimo Biliorsi, *A cavallo di una fiaba* (edito da Extempora), ha saputo inventarsi un modo inedito di guardare la *Corsa*, in soggettiva da parte del cavallo, e il libro ha avuto grande successo.

Come “Pascal Editrice”, dal 2009, abbiamo cominciato a pubblicare romanzi gialli ambientati nella Siena medievale, non ne esistevano prima, abbiamo ottenuto un'ottima accoglienza da parte dei lettori.

Non dico niente di nuovo se osservo che spesso il coraggio di discostarsi dai sentieri già segnati, di avventurarsi per strade nuove può essere premiante.

Inoltre, al piccolo editore locale nulla impedisce – se non la paura di rischiare – di impegnarsi ogni tanto a pubblicare anche autori appartenenti ad altre aree geografiche e su tematiche di carattere del tutto estraneo al proprio territorio se scopre in un testo un valore testimoniale o documentario, non apprezzato dalla grande editoria. Perché un ruolo importante della piccola editoria può essere quello di area di recupero di libri validi sui quali la grande editoria ha fatto cilecca. A volte possono arrivarci sul tavolo oggetti molto interessanti, di spessore, che per pregiudizi o miopia i grandi non hanno voluto prendere in considerazione. Tocca al piccolo capire e porre riparo, non so se qui possiamo parlare di creatività, diciamo che senz'altro occorre intuito e intelligenza, che mi sembrano qualità assai prossime.

Come “Pascal Editrice”, due anni fa, abbiamo pubblicato il libro testimonianza di una giovane signora pistoiese, Martina Santi, sul *disturbo*

ossessivo compulsivo, del quale lei era stata affetta e, attraverso un lungo e sofferto percorso terapeutico, poi guarita. *Al mio DOC, grazie!*, questo il titolo, dove DOC, nella terminologia medica, sta appunto per “disturbo ossessivo compulsivo”. Un testo duro, tutto incentrato su di una sindrome psichiatrica, che nessuno aveva accettato, perché si parla di una malattia della quale si parla poco, mentre molti ne sono affetti, in maniera più o meno accentuata. Ci abbiamo creduto e il libro, soprattutto grazie alle librerie *on line*, ha avuto e continua ad avere successo.

Più di recente abbiamo creduto in un’opera decisamente strana, diciamo pure controcorrente. Un libro contro il turpiloquio. Il fenomeno è ormai talmente fisiologico nel nostro vivere, a livello sia privato che pubblico, che a tutti gli editori interpellati il testo era parso nella migliore delle ipotesi ingenuo, nella peggiore ispirato a moralismo retrogrado. Ne è autore un giornalista bresciano, Mario Cottarelli, fratello del più noto Carlo. Ma probabilmente gli editori che prima avevano esaminato il libro non lo avevano letto con attenzione o si erano fermati al titolo: *Parliamo di parolacce, senza dire parolacce*. Noi non abbiamo commesso questi errori e ci siamo accorti che quelle pagine così insolite e anticonformiste non avevano nulla di moralista, ma sollevavano, con originalità e competenza, una questione di stile, di gusto, di cultura delle relazioni sociali. Lo scorso inverno lo abbiamo editato; sta andando molto bene.

3. Conclusioni

Tirando le fila, penso di poter dire che, in varie forme, nel lavoro dell’editore, spesso considerato alla stregua di un puro e semplice imprenditore o affarista, non solo c’è spazio per la creatività, ma essa costituisce elemento essenziale e irrinunciabile al fine di ottenere risultati significativi.

Ma dev’esser chiaro che nella maggior parte dei casi essa è una forma specialissima di creatività, una *creatività ausiliaria*, di affiancamento e supporto a quella primaria espressa dall’autore. E la creazione di un *fecondo rapporto di intesa e sinergia* con l’autore resta il compito di maggior impegno che possa avere un editore.

Siena, Novembre 2018

III. IL VALORE DELLA CREATIVITÀ ARTISTICA NELL'ELABORAZIONE DELL'IMMAGINE EDITORIALE

di **Edoardo Gonnella**

1. Comunicare con le immagini: dal segno alla parola/concetto

Oggi stiamo assistendo a una profonda trasformazione radicale nel settore editoriale. La “Magia della Creatività” credo che sia il titolo quanto mai appropriato per la capacità appunto “magica” della creatività, applicata al campo editoriale, di riuscire a sopravvivere alla rivoluzione tecnologica, ovviamente riuscendo, in modo camaleontico, ad adattarsi e trovare nuove applicazioni (supporti) con le quali manifestarsi.



Figura 3. Intervento di **Edoardo Gonnella** alla Conferenza pubblica “**La magia della creatività**” (Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018). Foto: Archivio Associazione Culturale “**la collina**” (Siena).

A tal riguardo, i professionisti del settore devono riflettere sul concetto della *carta stampata* e sul supporto virtuale, dal momento che tutti i nostri progetti ormai “subiscono” un trattamento digitale già dalla fine degli anni ’80/primi anni ’90 del secolo scorso, quando il procedimento ha avuto la vera e propria rivoluzione; forse, provocatoriamente, dovremmo

definire il libro un *Tablet cartaceo*, poiché la differenza esiste solo nella sua fase terminale.

Positivo l’aggiornamento, ma negativo il controllo e la censura.

Pensiamo alle enciclopedie, ai manuali, ai codici e a tutti i trattati in continua evoluzione, veri e propri supporti giurassici rispetto all’immediatezza digitale; se, da una parte, permettono un aggiornamento pressoché immediato, dall’altra è reale la facilità di eventuali correzioni, modifiche, censure, epurazioni nel tempo.

2. Definizione e finalità della Grafica

Con il termine “Grafica” indichiamo tutte le attività connesse con le tecniche di scrittura e, generalmente, tutte le attività legate alla progettazione e alla creazione di immagini; tuttavia, oltre ai vari aspetti del *disegno grafico* e della *comunicazione visiva*, sono comprese sotto tali definizioni anche attività non strettamente connesse a tale settore come la “Grafica d’arte” (le varie tecniche di incisione e di stampa artistica).

La parte di grafica che a noi interessa è riferita alle tecniche di visualizzazione al servizio di chi elabora un messaggio destinato a un determinato gruppo di “utenti”.

Un segno è un modo di modificare la realtà che ci circonda, analiticamente parlando se ne possono notare tre aspetti:

- a. la *Forma* (aspetto in cui appare): supporto materico/visivo sul quale si propone;

- b. la *Definizione oggettiva* (sia che si tratti di una croce che di un’immagine complessa);
- c. il *Significato*: l’interpretazione simbolica corrispondente all’azione o al concetto o al messaggio (determinato dal particolare contesto in cui è stato espresso).

Ecco che per l’esatta interpretazione di un determinato *simbolo/segno* è necessario considerare *il punto di vista di chi lo ha realizzato*, con quale intento e collocarlo nello spazio e nel tempo in cui è stato prodotto.

Dopo i primi pittogrammi e simboli convenzionali con forme primitive (cerchio, croce, quadrato) si arriva a una serie di categorie di simboli molto più complessi (il sole, la luna, la stella, il labirinto, etc), che per essere interpretati correttamente necessitano di conoscenze o rivelazioni specifiche.



Figura 4. Simbolo universale del cuore.

Prendiamo, ad esempio, il *simbolo del cuore*, dove il significato/significante si coniuga perfettamente, sembra che prenda forma proprio dal *seme della pianta del Silfio* (pianta estinta, originaria della Cirenaica in Libia), utilizzata come anticoncezionale o comunque nella cura dell’apparato genitale femminile.

Per far sì che ciò accada è necessario disporre di alcuni sistemi:

- Codice (alfabeto),
- Codifica (lingua, linguaggio),

che rispondano a procedimenti universalmente riconosciuti e adottati.

Esempio:

- Codice (alfabeto latino),
- Codifica (lingua italiana, inglese, spagnola, francese).

Altro esempio tradizionale di codice è il *Morse*, appartenente alla codifica di caratteri e utilizzato nei primi tempi della telegrafia (1840): in cui a ogni lettera dell’alfabeto latino (l’insieme di informazioni da rappresentare) viene assegnata una sequenza di punti e linee (gli elementi dell’alfabeto usato per la codifica).

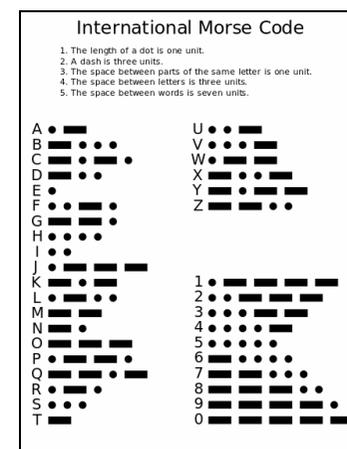


Figura 5. Alfabeto Morse.

3. La chiave di lettura

Tuttavia esistono diversi livelli di decifrazione di un messaggio, ovvero davanti a un’immagine l’utente può interpretare diverse informazioni secondo il proprio livello di conoscenza, le proprie nozioni per poterlo decifrare (ciò è valido per qualsiasi altra forma di espressività umana, pensiamo a un film, a un’opera d’arte o a una rappresentazione teatrale).

Prendiamo, ad esempio, un aborigeno che possa spiegarci i segni che secondo il proprio codice incutono paura (ma non condideremo la paura) e per lo stesso motivo ci troveremmo in difficoltà a spiegare il concetto di paura davanti al simbolo di “Pericolo radiazioni”.

La capacità di interpretazione e lettura è ovviamente connessa alle nostre conoscenze...

Un esempio, senza peccare di autocitazione, di tentativo per rompere questo aspetto è stato affrontato con la realizzazione di questo esperimento:

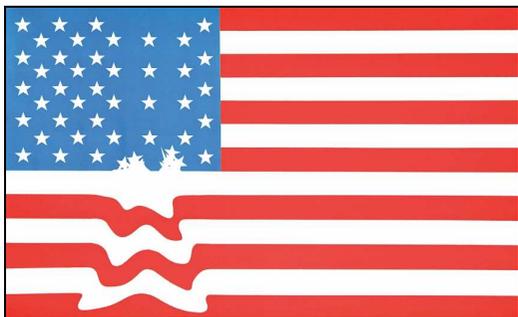


Figura 6. Edoardo Gonnella, *Fall States* (pittura ad aerografo su metallo), esposta alla Biennale di Venezia nel 2011, pubblicata sul catalogo: *Lo stato dell’Arte Regioni d’Italia*, a cura di Vittorio Sgarbi, Skira Editore, Milano, 2011.

l’opera *Fall States* è costituita dalla riproduzione della bandiera degli Stati Uniti d’America, immagine conosciuta e riconosciuta da quasi la totalità della popolazione mondiale. Questa viene riprodotta (realizzata dopo il Settembre 2001) con due file di stelle collassate su se stesse e con il conseguente “scioglimento” delle strisce sottostanti; ma l’importanza è contenuta nel messaggio al di là della tecnica e del materiale costitutivo; essa rappresenta un’immagine riconoscibile e che può suscitare diverse reazioni di tristezza/angoscia/dolore o gioia/felicità o ancora indifferenza/disprezzo, a seconda del nostro sentimento che proviamo verso quello Stato riguardo l’evento catastrofico che ha condizionato e continua a condizionare la nostra storia recente.

4. Il ruolo del grafico

Prima di eseguire un progetto grafico e un’impaginazione, tutto il materiale originale (testo e illustrazioni) deve essere esaminato e valutato attentamente per capire la collocazione, gli equilibri e le risposdenze delle varie parti. Il ruolo del grafico editoriale (tenuto conto delle indicazioni fornite dall’Editore e dal redattore) è quello di porsi come tramite fra l’autore e il pubblico; disponendo il materiale in modo corretto e adottando le tecniche idonee per raggiungere l’obiettivo di rendere più agevole la lettura e la comprensione dei contenuti di un libro.

A questo proposito il compito primario viene affidato all’aspetto esteriore del libro.

4.1. La copertina come etichetta del prodotto “Libro”

Riuscire a “vendere” con gli occhi.

“La copertina di un libro è un manifesto, e la sua missione è di comunicare a chi la osserva che c’è qualcosa di interessante per lui in quel libro”.

Bruno Munari

Fatta la doverosa premessa che il seguente argomento prende in considerazione esclusivamente l’oggetto tangibile “Libro”, ovvero il prodotto editoriale stampato, convenzionalmente riconosciuto come tale dal 1456 (anno dell’invenzione, da parte di Gutenberg, della stampa a caratteri mobili) ad oggi. *Escludiamo, dal presente intervento, tutta la serie di supporti digitali dei quali oggi possiamo disporre, come abbiamo precedentemente accennato* (alla quale sarebbe necessario un approfondimento in altra sede).

Commercialmente parlando, un libro deve assolvere alla sua primaria funzione: *essere acquistato*. Il principale strumento di marketing che deve catturare il potenziale acquirente/lettore per farlo interessare è *l’immagine grafica della prima di Copertina*.

Il primo elemento con il quale veniamo a contatto con il libro è ovviamente quello legato ad un approccio visivo. Nel preciso istante nel quale osserviamo e tocchiamo il libro, è l’immagine a catturare la nostra attenzione divenendo il veicolo per avvicinarsi a un approfondimento.

Per questo non è corretto definire *bella* una *Copertina*, ma una

copertina dovrebbe essere considerata *giusta, appropriata o inadatta, inappropriata*. Il concetto di bello non può e non deve essere associato al funzionale.

4.2. Il Bello e il Funzionale

Dove finisce l’*Arte* e dove comincia la *Grafica* (e viceversa).

Più in generale, nel campo della comunicazione pubblicitaria, in ogni applicazione, deve essere sempre tenuto in considerazione che non siamo davanti a un’opera d’arte per poter esprimere un giudizio di gradimento o meno, ma siamo strettamente connessi ad un processo economico, dove devono essere presi in considerazione tutta una serie di regole e principi indipendenti da ispirazioni artistiche e squisitamente creative.

Dietro ogni progetto grafico ci sono delle regole, chi non le rispetta non realizza niente di creativo ma qualcosa di sbagliato.

È interessante analizzare come, in alcuni periodi, l’arte possa aver condizionato la ricerca grafica (Costruttivismo, Neoplasticismo), successivamente subisca il fascino del messaggio dei *mass-media* (*Pop art, Nouveau realisme*).

5. I limiti delle “concessioni” artistiche sul progetto grafico

Essere originali nel rispetto delle regole; ma dove si fonda il *ruolo creativo*, l’intervento più propriamente “artistico” (inteso come capacità professionale per i motivi suddetti) deve seguire strettamente il contenuto del testo. A meno di casi dove la linea editoriale imponga determinati

canoni standard, talvolta suddivisa per argomenti (saggistica, romanzi, etc.), il materiale da impaginare (inteso come insieme di testi, approfondimenti e immagini) pone la figura del grafico a un ruolo di “responsabilità” anche verso gli autori, redattori, fotografi, illustratori, cioè di tutte quelle figure che sono a monte del progetto.

Se consideriamo la figura classica dell’artista “creativo” in senso convenzionale, l’opera potrà essere esposta su pareti di gallerie e musei per parecchie generazioni, ma sarà sempre destinato a essere visto da una stretta minoranza di persone: quelle che si recheranno a vedere l’opera. Il grafico raggiunge con la sua “opera” potenzialmente milioni di persone, entra a far parte della quotidianità delle persone, diviene, in un certo senso, l’arte colloquiale del nostro tempo. I *mass-media* (*Internet* in particolare) divengono un’enorme galleria in continua evoluzione e aggiornamento, mentre i musei rappresentano, passatemi il termine, dei “cimiteri” del genio di artisti del passato.

Ma questi concetti sono meritevoli di essere trattati in altro spazio e approfonditi in altre sedi.

Abbadia San Salvatore (SI), Gennaio 2019

IV. IL RUOLO DELL'EDITORE SECONDO L'AUTORE: LUCI E OMBRE DI UN RAPPORTO A SENSO UNICO

di Alex R. Falzon

I. Vorrei ringraziare Domenico Muscò e l'Associazione Culturale “**la collina**” per avermi invitato qui a Siena, una volta ancora, a partecipare a questa Conferenza che, già a partire dal titolo (“La Magia della Creatività”) promette di essere un incontro assai interessante e variegato. Tutto ciò viene confermato dall'alta qualità, nonché dalla varietà, degli interventi (che spaziano dal “lavoro editoriale” al “libro digitale”, dall' “Editoria Sociale” a quella “Indipendente”, etc.).

Vorrei esordire dicendo che, dato il mio lavoro (sono un accademico, ormai in pensione, dal 2016), ero – in un certo senso – “condannato” a pubblicare. Mi spiegherò meglio: il mio lavoro consisteva, oltre alla didattica (lezioni, tesine, tesi) anche, e soprattutto, nella ricerca scientifica



Figura 7. Intervento di Alex R. Falzon alla Conferenza pubblica “**La magia della creatività**” (Seconda Edizione, Siena, 5 ottobre 2018). Foto: Archivio Associazione Culturale “**la collina**” (Siena).

(che è forse la parte più creativa e stimolante di questo mestiere). La ricerca, ovviamente, non è fine a sé stessa, ma va diffusa, va fatta circolare e, quindi, infine, va *pubblicata*. Ecco perché ho usato –scherzosamente – l'espressione “condannato a pubblicare”. Quello che intendo dire è che il mondo dell'Accademia e quello dell'Editoria sono inevitabilmente intrecciati e che, quindi, ogni docente è abituato a contattare una casa editrice sin dagli inizi della sua carriera (se non prima, onde crearsi un “curriculum”).

II. Prima di entrare nel “cuore” del mio intervento, ci sono un paio di premesse che vorrei fare. La prima, riguarda il titolo stesso del mio *paper*, ossia: “Il ruolo dell'Editore secondo l'Autore: luci e ombre di un rapporto a senso unico”. Vorrei precisare che questo titolo non l'ho scelto io, ma che l'ho accettato subito, dopo che Domenico me l'ha suggerito, perché lo trovo molto intrigante ed anche, a modo suo, polemico (per motivi che poi diventeranno, via via, più chiari). Dico subito (e poi fornirò degli esempi più concreti) che il rapporto tra Editore e Autore è talvolta a senso unico, e spesso a favore dell'Editore, che ha quasi sempre la prima e l'ultima parola nelle varie trattative – o Fasi – che riguardano la pubblicazione di un testo. E, con ciò, arrivo alla seconda premessa.

Questa seconda premessa concerne il mio ruolo all'interno della “linea progettuale della Conferenza” di oggi che, nella proposta di Domenico Muscò, si dovrebbe concentrare “sui molteplici aspetti e situazioni che intercorrono durante le seguenti Quattro Fasi: Ricerca di un

Editore, Accordi Contrattuali, Periodo di Stampa del Libro e Promozione-Diffusione del libro al pubblico. E qui, l’Editore svolge – ovviamente – un ruolo primario in tutte e quattro le Fasi (ma ci tornerò presto).

In più Domenico ha chiesto a tutti noi di porre “una particolare attenzione all’Editoria toscana e al processo creativo dell’Autore”. Ecco, come si suol dire, c’è davvero molta “carne da mettere al fuoco” e spero che, nella mezz’ora di tempo a mia disposizione, non farò la fine di San Lorenzo..., quel martire spagnolo che morì in gratella!

Arrivo al “dunque”. Poiché la Conferenza pone una speciale “attenzione all’Editoria toscana” e poiché ben quattro dei cinque studi monografici che ho pubblicato nel corso della mia carriera accademica sono stati stampati in Toscana, mi soffermerò su questi quattro libri. Due sono stati pubblicati a Siena, da case editrici indipendenti: *Re Artù in Toscana* (dalla “Nuova Immagine”) nel 1996; e poi *Bob Dylan: Tu Sei Quel Che Sogni* (da “Melville”) nel 2016. Gli altri due testi, invece, sono stati pubblicati a Pisa, da case editrici questa volta accademiche: *Negative Indicative. Philip Larkin in the Forties* (dalla “ETS”) nel 2000; e infine *Le nozze alchemiche di Salomè. Oscar Wilde e la tradizione ermetica* (da “Pacini”) nel 2007.

Come avrete notato, gli argomenti spaziano dal *romance* del Ciclo Arturiano al canzoniere del sommo Bob Dylan, e dai versi dell’anti-modernista Philip Larkin alla tragedia in un atto unico del dandy Oscar Wilde. Ho anche pubblicato – però a Trento, presso la casa editrice “Temi”, anch’essa accademica – uno studio monografico dedicato alle traduzioni

letterarie della scrittrice surrealista Angela Carter (cioè *L’effetto Arcimboldo. Le Traduzioni Sovversive di Angela Carter*, che risale al 2002). L’unico comune denominatore che possa legare insieme questi lunghi saggi è, come si sarà arguito, la mia insaziabile curiosità (grande come il vaso di Pandora, ma – spero – meno letale nei suoi effetti collaterali).

III. Ma non è questo il punto principale. Il “punto” riguarda piuttosto la Prima delle Quattro Fasi che accompagnano la pubblicazione di un libro: e cioè, all’inizio, troviamo l’inevitabile “ricerca di un Editore”.

Ora, sembrerà strano a dirsi, ma nel caso della mia prima monografia (*Re Artù in Toscana*, del 1996), non sono stato io a cercare l’Editore ma, al contrario, fu lui, il simpatico ed arguto Marco Lorenzini, de “La Nuova Immagine” di Siena, a commissionarmi questo lavoro (*per caso*). Conoscevo Marco da tempo, perché era stato un nostro studente alla Facoltà di Lettere e “La Nuova Immagine” non solo stampava diverso materiale didattico per la nostra Facoltà, ma ospitava anche studenti del nostro Master sull’ “Editing Letterario” che, così, facevano un’esperienza diretta – uno “stage” – presso alcune case editrici senesi, tra cui, per l’appunto, “La Nuova Immagine”. Insomma, per farla breve, Marco mi chiese su cosa stessi lavorando e gli risposi che il campo della mia ricerca era allora dedicato al Ciclo Arturiano. Poiché “La Nuova Immagine” si era specializzata in argomenti quasi esclusivamente “senesi”, mi disse che, se c’era un aspetto prettamente “toscano” del Ciclo Arturiano, lui l’avrebbe

volentieri pubblicato (a sue spese). E così nacque quel libro, un anno dopo, sottotitolato: *Inchiesta sul ciclo arturiano in Toscana dal XII secolo a oggi*. In effetti, fu proprio in Toscana che si ebbe la massima fioritura, in Italia, di questo antico Ciclo mitologico (si pensi alla “spada nella roccia” conservata nella Rotonda di Montesiepi, presso l’Abbazia di San Galgano, in provincia di Siena).

Tra me e la “Nuova Immagine” non ci fu un vero e proprio accordo contrattuale e la diffusione del libro fu tutta a carico dell’Editore. La mia unica ricompensa furono le copie omaggio che – all’epoca – ho ricevuto dalla casa editrice, ma ero contento uguale, anche perché l’unica condizione che mi sono sempre posto, sin dall’inizio della mia carriera, è stata quella di non pagare *mai* per essere pubblicato. Tuttavia, ebbi la soddisfazione di sapere che il libro andava bene, soprattutto a Chiusdino (SI), la cui parrocchia – sembra – ce l’aveva un po’ con me, perché nel capitolo dedicato alla “spada nella roccia” di Montesiepi, avevo in parte “decostruito” la figura di San Galgano (santo che, tra l’altro, è nato ad un passo dalla vecchia sede della Facoltà di Lettere a Siena, allora localizzata in Via Fiera Vecchia e che oggi prende il nome proprio da questo santo cavaliere).

IV. Detto ciò, siamo arrivati al mio secondo libro pubblicato a Siena, che è anche quello più recente, nella mia bibliografia: *Bob Dylan: Tu Sei Quel Che Sogni*, uscito – presso la casa editrice “Melville” – nel tardo

maggio del 2016 (e c’è un motivo per cui ho sottolineato la data di pubblicazione, come tra poco spiegherò).

Inizialmente, nella ricerca di un Editore, ho contattato una casa editrice di Firenze (che aveva una collana di musica “pop-rock” ben avviata, e che – tempo addietro – aveva già pubblicato uno studio – piuttosto generico, a dire il vero – su Dylan). Mi risposero che, per il momento, la loro collana dedicata alla musica era “bloccata”, per via della crisi in questo settore. Mi rivolsi, successivamente, a una casa editrice romana indipendente (il cui nome mi fu dato da amici comuni). Quest’ultima si offrì di collocare il mio libro nella sezione “accademica” delle loro pubblicazioni, chiedendomi anche di contribuire alle spese di stampa. Come ho già detto prima, l’unica condizione che mi sono sempre posto, è quella di non dover pagare per pubblicare. Non mi aspetto di guadagnare (anche se di *lavoro* si tratta), ma certamente non voglio rimetterci. Per cui, rifiutai la loro proposta, e mi misi a guardare altrove.

Avevo, nel frattempo, letto un articolo, sul “Venerdì di Repubblica” (del 6 novembre 2015: e conservo ancora quel ritaglio), circa la nascita di una nuova casa editrice, a Siena, chiamata “Melville”, a cui faceva seguito un’intervista con l’Editore Gianluca Barbera. Quest’ultimo aveva cambiato nome alla casa editrice (previamente conosciuta come “Barbera Editore”, con iniziale sede a Firenze), perché era intenzionato a dare una nuova vita, ed un nuovo taglio, al suo programma editoriale. In poche parole, voleva – da allora in poi – concentrarsi su pochissimi titoli, ma tutti contrassegnati dalla massima qualità. Segnalò anche la propria collana di musica,

intitolata “Altra Musica”, curata da Guido Michelone, che aveva proposto libri su Fabrizio De Andrè, Lucio Battisti e altri (tra cui i Beatles).

Contattai subito il Signor Barbera che, a sua volta, mi mise in contatto con Guido Michelone, a cui inviai una scheda riassuntiva, e dettagliata, del mio lavoro, ricevendo subito un riscontro positivo. Successivamente, gli inviai – come assaggio del mio libro – l’Indice, l’Introduzione ed un Capitolo centrale del testo. Mi rispose informandomi che avrebbe inserito la mia monografia all’interno della sua Collana, da pubblicare verso la fine del 2016, poiché aveva già un titolo “in cantiere” da stampare prima. E, a questo punto, sono successe due cose.

La prima concerne il Signor Barbera che, pur approvando il mio libro su Bob Dylan, lo riteneva un po’ troppo accademico (più un testo di critica letteraria che non un “semplice” libro sulla musica “pop”) e mi chiese di renderlo più “scorrevole” e, quindi, più idoneo ad un pubblico “giovanile”. Da parte mia, lo convinsi che non avrei potuto scriverlo altrimenti, che la grande arte di Bob Dylan, comunque, si meritava tale approccio e che adottando un linguaggio cosiddetto “giovanile”, a me impossibile (per ovvi motivi anagrafici oltre che professionali), avrei così svilito il canzoniere stesso di Dylan. Oggi, grazie al Premio Nobel, tutto ciò è ovviamente cambiato.

E con ciò, arrivo alla seconda cosa, che riguarda proprio il Nobel assegnato a Dylan nell’ottobre del 2016 (di nuovo, teniamo a mente la data). Nel maggio del 2016, Dylan avrebbe compiuto 75 anni e, in più, sempre nel maggio del 2016, sarebbe uscito un suo nuovo album: *Fallen*

Angels, e ciò avrebbe senz’altro attratto l’attenzione dei mass-media. Ho quindi suggerito alla “Melville” di sostituire i tempi della pubblicazione, anticipandola a maggio, onde beneficiare di questa benefica ondata di pubblicità. E così fu. Se il libro fosse uscito in autunno – come era previsto – si sarebbe pensato ad un *Instant Book* legato al Nobel assegnato a Dylan. Al contrario, uscendo quattro mesi *prima*, la “Melville” si è trovata in catalogo un’opera critico-letteraria dedicata al novello vincitore del Premio. E ciò ha senz’altro aiutato le vendite del libro che presto esaurì la prima edizione, andando in ristampa nel marzo successivo. Ringrazio, dunque, Gianluca Barbera e Guido Michelone per la loro lungimiranza e per la fiducia riposta nel mio progetto.

La “Melville” ha una fitta rete di distribuzione in tutta Italia e, come promozione, tra l’altro, ho personalmente presentato il libro presso varie librerie e centri culturali, quali la Fiera del Libro di Roma, nel dicembre del 2016, all’EUR, in una sala gremita di giovani (e ciò mi ha fatto molto piacere). In fondo all’intervento, questi giovani mi hanno posto un sacco di domande, tra cui quella che mi ha più colpito fu: “È vero che sulla chitarra di Woody Guthrie c’era scritto: “ ‘*This Machine Kills Fascists?*’ ”. Nel rispondere di sì, pensai che fosse meraviglioso il fatto che Woody Guthrie (che fu il padre putativo di Bob Dylan) fosse conosciuto *anche* dalle nuove generazioni. Oggi, due anni dopo, avrei aggiunto che di codeste “chitarre” ne abbiamo bisogno più che mai, perché purtroppo, adesso, esistono ancor più “scemi del villaggio”, e sempre in maggiore quantità (basta *accendere* il telegiornale!!!).

Un’ultima riflessione su questi miei primi due libri “senesi”: il primo risale al 1996, mentre l’altro al 2016. In questi vent’anni è cambiata radicalmente la Terza Fase: quella legata al “Periodo di stampa del libro”. Il mio libro su Dylan è stato pubblicato entro pochi mesi dall’accettazione (correzione delle bozze inclusa), grazie all’uso del computer; mentre quello su “Re Artù” ha richiesto circa un anno. Credo – conoscendomi – d’aver consegnato il manoscritto battuto a macchina e – conseguentemente – ciò ha richiesto un processo più lento di stampa, a partire dalla correzione delle (prime, seconde e ultime) bozze che – a loro volta – coinvolgevano tutta una serie di strani geroglifici e di simboli arcani ..., un vero incubo che la tecnologia di oggi – per fortuna – ci ha risparmiato.

V. E con ciò arrivo ai miei due libri “pisani”: quello sulla poesia giovanile di Philip Larkin (scritto in inglese ed uscito nel 2000, presso la “ETS”) e quello sul dramma *Salomè* di Oscar Wilde (uscito nel 2007, presso la “Pacini”). Entrambi questi volumi – come ho già detto prima – sono stati pubblicati da case editrici “accademiche”: nel senso che sono specializzate nello stampare testi che sono il frutto delle ricerche compiute da docenti universitari.

Data la loro natura altamente scientifica, e i loro contenuti complessi che vengono espressi in un linguaggio piuttosto settoriale, questi libri godono di una diffusione ristretta e indirizzata principalmente ai soli “addetti al lavoro”. È compito del docente fare a modo che la sua monografia arrivi ai colleghi/esperti nella materia trattata. Questi libri non si possono proporre a una qualsiasi casa editrice “normale” (a meno che

uno non si chiami Franco Fortini oppure Umberto Eco), per via del loro poco potenziale di vendita.

Una cosa curiosa, a proposito di questi miei due libri accademici, è che non ho mai conosciuto – di persona – l’Editore di entrambe le case editrici pisane. In effetti, per quel che riguarda la loro pubblicazione (incluso la correzione delle bozze), ero in costante contatto con i responsabili della Redazione che hanno, immancabilmente, seguito il lavoro con grande professionalità (tramite il computer e, talvolta, grazie al telefono oppure alla posta, non solo elettronica). Per dirla in poche parole: non son mai dovuto andare a Pisa!

Il tempo stringe ed è venuto il momento di trarre qualche conclusione. Ho parlato dell’ “Editoria Toscana” (sia “indipendente” che “accademica”) e, a parte qualche esperienza personale insolita (come quella con “La Nuova Immagine” di Siena, che mi ha commissionato il libro), penso che il mio discorso non si può limitare alla sola Toscana, ma che si possa applicare a tutta la penisola. Ho collaborato con case editrici a Milano, a Roma, a Bologna, come a Trento e a Palermo, e posso affermare che, a parte il fatto che spesso sono stato *persino* pagato per i miei lavori (ed anche bene, ma “a forfait”), i miei contatti con le case editrici toscane non sono stati diversi – in meglio o in peggio – dagli altri. La costante rimane la figura dell’Editore che, a seconda del caso, può *sì* gettare “luci e ombre” nel suo rapporto con l’Autore, però va anche precisato che non sempre tale rapporto è “a senso unico” (come lo attesta la mia esperienza positiva con la “Melville” di Siena).

Arezzo, Novembre 2018

NOTIZIE SUGLI AUTORI

(In ordine alfabetico del Cognome)

Alex R. Falzon

Ha insegnato fino al 2016 “Letteratura Inglese” presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell’Università di Siena (oggi in pensione). Ha pubblicato monografie dedicate: al Ciclo Arturiano in Toscana, a Oscar Wilde e la letteratura ermetica, alla poesia di Philip Larkin, ad Angela Carter e la traduzione letteraria, e, infine, all’arte e poesia nel canzoniere di Bob Dylan. Ha anche pubblicato numerosi saggi sulla cultura letteraria dell’Otto e Novecento. Ha curato edizioni italiane di Carroll, Dickens, James, Kipling, Lowry, O’Brien, Poe, Spark, Compton-Burnett, Pym. Sta attualmente scrivendo, in inglese, una monografia dedicata esclusivamente alla canzone “Mr. Tambourine Man” di Bob Dylan.

Edoardo Gonnella

Nato ad Abbadia San Salvatore (Siena) il 18 gennaio 1970, dove vive e lavora; diploma di laurea in “Accademia di Belle Arti, Sezione Pittura”, conseguito nel 1994 presso l’Accademia di Belle Arti di Firenze (Dottore magistrale d’arte, D.L. 16 aprile 1994, n. 297 – Dip. accademico di secondo livello AFAM, Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica).

È libero professionista dal 1997 (titolare dello *Studio di comunicazione Gonnella*) e si occupa di direzione creativa e coordinamento in varie discipline applicate alla comunicazione visiva e alla pubblicità. È stato docente e relatore in seminari e convegni riguardanti settori di comunicazione, pubblicità, editoria e grafica. Ha ideato, progettato e coordinato campagne pubblicitarie per aziende, sia pubbliche che private, curato la grafica di numerose pubblicazioni (collabora con Moroni Editore e Heimat Edizioni). Attualmente: ricopre l’incarico di Direttore Artistico per una catena di distribuzione nazionale, è responsabile per l’immagine di un Centro fieristico del centro Italia e cura la grafica di Testate mensili e bimestrali a tiratura nazionale.

Nel campo editoriale ha curato la grafica dei seguenti volumi e saggi: *Io, Licia e l’oscuro* (Heimat Edizioni, Grosseto, 2018); *Costumi di Contrada. Le monture delle contrade di Piancastagnaio realizzate da Ezio Pollai* (Comune di Piancastagnaio-SI, 2014); *Il Futuro ha un cuore antico. La storia della Società Macchia Faggeta e l’Amiata* (Moroni Editore, Grosseto, 2013); *La croce e i crocifissi nei vangeli e nell’arte* (Editrice Laurum, Pitigliano-GR, 2013); *La speranza non delude. Lettera pastorale* (Diocesi di Pitigliano-Sovana-Orbetello-GR, 2013); *Pane toscano* (Moroni Editore, Grosseto, realizzato in 3 lingue: italiano, inglese e tedesco, 2012); *Le Miniere dell’Amiata fra mutamento sociale e modernizzazione* (Moroni Editore, Grosseto, 2011); *Saturnia e le colline dell’Albegna* (Moroni Editore, Grosseto, 2011); *Montelaterone e il giro delle sette chiese* (Moroni Editore, Grosseto, 2011); *Maremma in Fiore* (Moroni Editore, Grosseto,

2011); *1931-2011 Ottant’Anni, storia della A.C. Amiata* (Edizione speciale del fuori formato 25x28 cm, 2011, 164 pp.); *Abbadia San Salvatore 1897-1915. La miniera e i tedeschi* (Amici del Museo Minerario, Abbadia San Salvatore-SI, 2011); *Si sente Ermete nell’aria: viaggio tra Mercurio e il mercurio* (Amici del Museo Minerario, Abbadia San Salvatore-SI, 2010); *Le chiese e i santuari dell’Amiata* (Provincia di Siena e Provincia di Grosseto, Apt Siena e Apt Grosseto, 2010); *La Via Francigena e l’Abbazia del S.S. ml Salvatore al Monte Amiata* (Comune di Abbadia San Salvatore-SI, 2010); *Immagini ed emozioni dall’Amiata* (Società Macchia Faggeta, Abbadia San Salvatore-SI, 2009); *Le Mappe di Continuità della Biodiversità in Val di Merse* (Associazione “la collina”, Siena, 2009); *1999-2009 dieci anni di un paese in Fiore* (OSA, Abbadia San Salvatore-SI); *La Postilla Amiatina* (Moroni Editore, Grosseto, 2008).

Nel 2011 è stata esposta un’opera alla 54^a edizione dell’**Esposizione Internazionale d’Arte della Biennale di Venezia**, Padiglione Italia, Regione Toscana (unico in provincia di Siena); invitato da Vittorio Sgarbi a Villa Bardini (Firenze), pubblicazione sul catalogo: *Lo stato dell’Arte Regioni d’Italia*, a cura di Vittorio Sgarbi (Skira Editore, Milano, 2011).

Domenico Muscò

Nato nel 1963 a Strongoli (Crotone); dal 1983 vive a Siena e poi, nell’aprile 1995, si è trasferito a Chiusdino (SI). Nel 1990 si è laureato in “Filosofia morale” col prof. Eugenio Lecaldano presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell’Università degli Studi di Siena con la tesi “Il ruolo delle regole morali nell’utilitarismo di John Stuart Mill ed Henry Sidgwick” (110/110 con lode).

Durante gli anni universitari, a metà degli anni Ottanta del 1900, comincia a occuparsi di editoria fondando (con altri colleghi studenti) il Foglio di poesia e la Rivista di letteratura “**la collina**”, di cui è stato direttore editoriale (Siena, 1984-1994) e poi il Mensile di informazione culturale “**Suggerimenti**” (Siena, 1995-1996). Nel 1990, insieme ai redattori della Rivista “**la collina**”, ha fondato l’Associazione Culturale “**la collina**”, di cui è Presidente. Ha fondato il Premio di narrativa breve “Formiche Rosse” e diretto le prime due edizioni del 1997 e 1998. È stato coordinatore di redazione della Rivista web “**la collina. Suggerimenti di informazione culturale**” (Siena, 2003-2008). Ha collaborato con la Rivista bimestrale di politica e cultura “**Il Grandevetro**” (Santa Croce sull’Arno-Pisa, 1989-1998). Attualmente collabora con la Rivista di letteratura “**Arenaria**” (www.quadernidiarenaria.it, Bagheria-Palermo, 1994-...) e cura la Rivista multidisciplinare web “**Alterità**” (Siena, Maggio 2015-...).

La sua attività editoriale ha riguardato anche la cura di volumi collettivi (autori vari) cartacei e digitali, sia di carattere letterario-artistico che ambientale-naturalistico: *Federico García Lorca: Todo un ombre* (Associazione “la collina”, Siena, 1991); *La pittura tra poesia e narrativa* (Associazione “la collina”, Siena, 1992); *Scrittura e pacifismo* (Nuova Immagine Editrice, Siena, 1993); *La collina. Storia di una passione* (Associazione “la collina”, Siena, 1994); *Il sogno della “collina”. Editoriali, percorsi, interventi critici, recensioni 1984-1995* (Associazione “la collina”, Siena, 1995); *Formiche*

Rosse 1997 (Associazione “la collina”, Siena, 1997); *Formiche Rosse 1998* (Associazione “la collina”, Siena, 1998); *Organizzazione di eventi d'arte, comunicazione non profit e strumenti informativi* (Cesvot, Firenze, 2001); *La gestione dell'archivio nelle organizzazioni non profit* (Cesvot, Firenze, 2002); *Cultura della nonviolenza* (Cesvot, Firenze, 2004); *La cultura dell'acqua. Guida alla conoscenza della risorsa idrica* (Arci, Siena, 2004); *Operatore per la didattica museale* (Cesvot, Firenze, 2005); *La biodiversità nel sottobosco della Val di Merse. Guida alla conoscenza delle piante erbacee e delle specie fungine* (Arci, Siena, 2006, eBook sul sito web: www.sienanatura.net); *Per un futuro senza rifiuti. Guida alla conoscenza della risorsa rifiuto* (Comune di Asciano-SI, 2006, eBook sui siti web: www.comune.asciano.siena.it e www.sienanatura.net); *Società ecologica e cittadinanza ambientale* (Cesvot, Firenze, 2006); *La narrazione come arte della conoscenza* (Associazione “la collina”, Siena, 2007); *Il fiume dei ragazzi. Un percorso sull'ambiente fluviale* (Associazione “la collina”, Siena, 2007); *Bioarchitettura per tutti. L'accessibilità dell'abitare naturale* (Associazione “la collina”, Siena, 2008, eBook sul sito web: www.sienanatura.net); *L'ecomuseo tra valori del territorio e patrimonio ambientale* (Cesvot, Firenze, 2008); *Reti ecologiche. Le vie della biodiversità* (Associazione “la collina”, Siena, 2009); *Le Mappe di Comunità della Biodiversità in Val di Merse. Il racconto di un viaggio con la natura* (Associazione “la collina”, Siena, 2009); *L'informazione plurale. Suggestimenti di informazione culturale* (Associazione “la collina”, Siena, Novembre 2012); *Territori della Parola 2014* (Associazione “la collina”, Siena, 2014); *Territori della Parola 2015* (Associazione “la collina”, Siena, 2015); *Territori della Parola 2016-2017* (Associazione “la collina”, Siena, 2017); Atti del secondo Incontro pubblico *Territori della Parola* (Associazione “la collina”, Siena, Febbraio 2016, eBook sul sito web: www.sienanatura.net); *Indici delle Annate della Rivista “la collina”: 1984-1994* (Associazione “la collina”, Siena, Maggio 2017, eBook sul sito web: www.sienanatura.net); Atti della Conferenza pubblica *Le identità della Parola critica* (Associazione “la collina”, Siena, Novembre 2017, eBook sul sito web: www.sienanatura.net); Atti della seconda Conferenza pubblica *La Magia della Creatività. Carattere e valore dell'Essere creativo* (Associazione “la collina”, Siena, Maggio 2019, eBook sul sito web: www.sienanatura.net).

Inoltre, ha pubblicato due libri: *Scrivere a Siena. Itinerari critici di arte, filosofia, letteratura ed oltre* (Nuova Immagine Editrice, Siena, Maggio 2005, 221 pp.) e *Sentieri dell'apprendimento. L'ambiente fra educazione e formazione* (Associazione Culturale “la collina”, Siena, Aprile 2011, 272 pp.); nonché ha scritto l' *Introduzione* al libro di racconti di Lorella Rotondi, *Srapensieri, ovvero “Della ricerca dell'intero”* (Collettivo R, Firenze, 2001).

Ha tradotto alcune poesie di François Villon, Blaise Cendrars, Philippe Jaccottet, Juan Ramón Jiménez, una silloge di aforismi di Joan Fuster e articoli di saggistica letteraria e filosofica di Oscar Wilde, William K. Frankena e J. O. Urmson (traduzioni raccolte e pubblicate nel libro *Scrivere a Siena*, sopra citato).

Parallelamente al lavoro editoriale ha svolto attività di promozione e organizzazione di incontri pubblici nel settore culturale e Corsi di Educazione ambientale;

nonché si è occupato di filosofia e letteratura, argomenti sui quali ha scritto saggi, articoli e recensioni su varie riviste e giornali italiani (1985-2018).

Fausto Tanzarella

Nato a Taranto nel 1951, dal 1975 vive a Siena; laureato in giurisprudenza, ha lavorato nei servizi legali di un istituto di credito. Editore, nel 2013 ha fondato a Siena la “Pascal Editrice”, pubblicista e scrittore, è in particolare autore di una serie di romanzi gialli ambientati nella Siena del XIV secolo: *I giorni del corvo* (2009), *Un'ombra nera* (2011), *Il codice dei corpi* (2015), *Affresco* (2017), tutti editi dalla “Pascal Editrice”. Ha pubblicato anche un *noir* di ambientazione moderna, *Via delle Vergini* (Mauro Pagliai Editore, 2013) con il quale è risultato finalista nel premio letterario “Garfagnana in giallo” (2014). Attualmente è in libreria con un nuovo giallo contemporaneo: *Il cerchio del fantasma* (Oakmond Publishing, 2018).

INDICE DEI NOMI DI PERSONA

(In ordine alfabetico del Cognome)

A

Barbera, Gianluca 56, 57, 58
Bassani, Giorgio 34
Battisti, Lucio 57
Beatles (Gruppo musicale inglese) 57
Biliorsi, Massimo 38
Buscaroli, Piero 2

C

Carroll, Lewis 61
Carter, Angela 18, 54, 61
Carver, Raymond 34
Cendrars, Blaise 63
Compton-Burnett, Ivy 61
Cottarelli, Carlo 39
Cottarelli, Mario 39

D

De Andrè, Fabrizio 57
Dickens, Charles 61
Dylan, Bob 18, 19, 53, 55, 56, 57, 58,
59, 61

E

Eco, Umberto 60
Eisenstein, Elizabeth L. 6

F

Falzon, Alex R. 3, 17, 18, 19, 20, 51
Ferrari, Gian Arturo 5, 10
Fortini, Franco 60
Frankena, William K. 63
Fruttero, Carlo 34
Fuster, Joan 63

G

Galimberti, Umberto 9
García Lorca, Federico 62
Gonnella, Edoardo 2, 3, 15, 16, 41,
45, 61
Guthrie, Woody 58
Gensfleisch, Johann (Gutenberg) 6, 47

H

I

J

Jaccottet, Philippe 63
James, Henry 61
Jiménez, Juan Ramón 63

K

Kipling, Rudyard 61

L

Larkin, Philip 18, 53, 59, 61
Lecaldano, Eugenio 62
Lish, Gordon 34
Lorenzini, Marco 54
Lowry, Malcolm 61
Lucentini, Franco 34

M

Michelone, Guido 57, 58
Muscò, Domenico 2, 3, 5, 11, 25, 51, 52,
53, 62
Munari, Bruno 47

N

O

O'Brien, Flann 61

P

Pagliai, Mauro 64
Poe, Edgar Allan 61
Pollai, Ezio 61
Pym, Barbara 61

Q

R

Ripa, Cesare 2
Rotondi, Lorella 63

S

San Galgano 55
San Lorenzo 53
Santi, Martina 38
Sgarbi, Vittorio 45, 62
Sidgwick, Henry 62
Spark, Muriel 61

Stuart Mill, John 62

T

Tanzarella, Fausto 3, 12, 13, 14, 15, 31,
64

U

Urmson, J. O. 63

V

Villon, François 63
Vittorini, Elio 34

W

Wilde, Oscar 18, 53, 59, 61, 63

X

Y

Z

CATALOGO EDITORIALE DELL'ASSOCIAZIONE CULTURALE “LA COLLINA”

Siena, Maggio 2019

Premessa

di Domenico Muscò

Il progetto editoriale dell'Associazione Culturale “**la collina**” nasce dalla passione per la *creatività della Parola* e dall'amore per la promozione di percorsi comuni della *Scrittura*.

L'attività editoriale de “**la collina**”, nel corso del tempo, si è articolata in due direzioni: la prima riguarda le *pubblicazioni periodiche* (riviste cartacee e web), mentre la seconda direzione è incentrata sui *libri plurali*.

I due *percorsi* hanno sempre *osservato* lo stesso orizzonte: la *Cultura multi/interdisciplinare* senza pregiudizi di parte, ossia l'Associazione “**la collina**” ha messo al centro il *Valore del Parola* nella sua *essenza* ancestrale.

Dunque, il *sentiero culturale*, tracciato prima con la Rivista letteraria e poi con l'Associazione Culturale “**la collina**”, ha il suo comune denominatore nel *valore solidale* della *Parola*, che nel nostro esercizio associativo assume il nome di: *Editoria sociale*.

Siena, 12 maggio 2015

I. LIBRI e POSTER (1991-2019) (in ordine temporale decrescente)

1. AA.VV. (A. Falzon, E. Gonnella, D. Muscò, F. Tanzarella), *La magia della creatività. Carattere e valore dell'Essere creativo* (Atti della Conferenza pubblica, Siena, 5 ottobre 2018), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Maggio 2019, 66 pp., 1° Edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.
2. AA.VV. (G.P. Baricci, G. Paci, B. Pinto), *Territori della Parola. Percorsi di Scrittura 2016-2017*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Dicembre 2017, 44 pp.
3. AA.VV. (M. Domenichelli, M. Marchi, P. Orvieto, G. Panella, A. Patat, R. Pristerà), *Le identità della Parola critica. La critica letteraria tra crisi e prospettive possibili* (Atti della Conferenza pubblica, Siena, 5 aprile 2017), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Novembre 2017, 164 pp., 1° Edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.
4. AA.VV., *Indici delle annate della Rivista “la collina”: 1984-1994*, (Siena, Novembre 1984-Dicembre 1994), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Maggio 2017, 11 pp., 1° edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.

5. AA.VV. (G. Ferro, S. Bruni, M. R. Marchetti, M. L. Canfield), Atti del 2° Incontro pubblico *Territori della Parola. Percorsi di Scrittura* (Siena, 24 ottobre 2015), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Febbraio 2016, 72 pp., con all'interno 10 figure; 1° edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.
6. AA.VV. (N. Bassi, F. Berni, L. Bursi, G. Colucci, A. Fanetti, M. Feri, G. Ferro, I. Fidone, J.M. Morato Flores, S. Schiavo), *Territori della Parola. Percorsi di Scrittura 2015*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Ottobre 2015, 64 pp.
7. AA.VV. (N. Bassi, F. Berni, G. Bonetto, A. Brazzini, L. Bursi, M. Carapelli, G. Colucci, A. Fanetti, M. Feri, M. Granchi, S. Losi, M.A. Soletti), *Territori della Parola. Percorsi di Scrittura 2014*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Novembre 2014, 64 pp.
8. AA.VV. (Luca Giglioni, Domenico Muscò, Annamaria R. Pellegrini, Piergiacomo Petrioli, Leonardo Scelfo, Leandro Tassoni), *L'informazione plurale. Suggerimenti di informazione culturale*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Novembre 2012, 240 pp.; con un inserto fuori-testo a colori di 4 pp.
9. Domenico Muscò, *Sentieri dell'apprendimento. L'ambiente fra educazione e formazione*, Prefazione di Gaetano Chiappini, Associazione Culturale “**la collina**”, Chiusdino (SI), Aprile 2011, 272 pp.; con all'interno 145 foto e 1 grafico.
10. AA.VV. (José Enrique Alvarez, Domenico Muscò, Arianna Papini, Rita Petti, Riccardo Testa), *Le Mappe di Comunità della Biodiversità in Val di Merse. Il racconto di un viaggio con la natura*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Agosto 2009, 192 pp.; con all'interno foto di argomento naturalistico e con 2 allegati: AA.VV., *Le Mappe di Comunità della Biodiversità in Val di Merse* (8 fig.: 4 MdC Adulti + 4 MdC Ragazzi), a cura di Domenico Muscò, Siena, Agosto 2009.
11. Rita Petti, Poster *Genius Loci* (formato originale: 72x41 cm; tecnica: acquarello e acrilico su carta cotone), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Agosto 2009.
12. AA.VV. (Sandra Becucci, Marino Centini, Alberto Chiti Batelli, Leonardo Lombardi), *Reti ecologiche. Le vie della biodiversità*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Marzo 2009, 79 pp.
13. AA.VV. (R. Bechi, M. Betti, S. Conti, P. Corsi, D. Langella, D. Muscò, F.M. Rossi, S. Vannoni), *Bioarchitettura per tutti. L'accessibilità dell'abitare naturale* (Atti della conferenza omonima, Siena, 15 febbraio 2008), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Giugno 2008, 22 pp., 1° edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.
14. AA.VV., *Relazione finale Ecologia fluviale “H2.....Oro!!!”*, a cura dei Ragazzi della Classe 3°A del Liceo Biologico, ITAS Monna Agnese, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Dicembre 2007, 20 pp., 1° edizione digitale, eBook pubblicato sul sito web “www.sienanatura.net”.

15. AA.VV. (Pietro Cataldi, Alex R. Falzon, Antonio Prete, Mario Specchio, Lucia Strappini, Leandro Tassoni), *La narrazione come arte della conoscenza*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Luglio 2007, 64 pp.
16. AA.VV. (Silvana Gentilini, Riccardo Giamello, Maria Rita Marchetti, Giacomo Querci), *Il fiume dei ragazzi. Un percorso sull'ambiente fluviale*, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Luglio 2007, 160 pp.; con un allegato: AA.VV., *Mappa per la sentieristica fluviale della Provincia di Siena*, a cura di Domenico Muscò, Siena, Luglio 2007.
17. AA.VV. (S. Bardini, R. Bardotti, I. Cangioli, M. Ciofi, E. Corbetta, F. Croci, R. Di Lallo, A. Giannasi, L. Guerri, S. Nuzzo, M. Petri, V. Roselli, R. Venturini, E. Zoi), *Formiche Rosse 1998* (Testi dei vincitori del Premio di Narrativa per racconti brevi), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Novembre 1998, 63 pp.; con all'interno 4 disegni.
18. AA.VV. (M. Anniballo, R. Bardotti, M. Bianchi, D. Bonelli, I. Cangioli, F.M. De Collibus, M. De Gregorio, L. Guerri, N. Serao), *Formiche Rosse 1997* (Testi dei vincitori del Premio di Narrativa per racconti brevi), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Novembre 1997, 67 pp.
19. AA.VV. (V. Casini, G. Chiappini, G. De Santi, E. Diciotti, A.R. Falzon, G. Ferro, C. Fini, E. Galasso, M. Lenti, A. Lolini, D. Marcheschi, M.M. Megrez, D. Muscò, A. Pellegrini, P.G. Petrioli, L. Tassoni, C. Zeni), *Il sogno della “collina”. Editoriali, percorsi, interventi critici, recensioni 1984-1995*, a cura di Domenico Muscò, Introduzione di Gaetano Chiappini, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Novembre 1995, 110 pp.; con all'interno un inserto fuori-testo contenente 14 figure (le copertine della serie completa dei fascicoli della rivista di letteratura “**la collina**”).
20. AA.VV. (Gaetano Chiappini, Gualtiero De Santi, Domenico Muscò), *La collina. Storia di una passione* (Indici 1984-1994), con testimonianze di Gualtiero De Santi e Gaetano Chiappini, a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Maggio 1994, 36 pp.; con all'interno 3 foto del gruppo di redazione della rivista di letteratura “la collina”.
21. AA.VV. (Martha L. Canfield, Alex R. Falzon, Mario Specchio), *La pittura tra poesia e narrativa* (Atti del Primo ciclo di conferenze “Tre venerdì letterari”, 23, 30 novembre, 7 dicembre 1990), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Settembre 1992, 87 pp.; con all'interno 11 figure.
22. AA.VV. (Roberto Barzanti, Gaetano Chiappini, Oreste Macrì), *Federico García Lorca. Todo un hombre* (Atti della conferenza omonima, 21 maggio 1990), a cura di Domenico Muscò, Associazione Culturale “**la collina**”, Siena, Marzo 1991, 118 pp.; con all'interno 11 disegni.

II. RIVISTE (1984-2018) (in ordine temporale decrescente)

I. Rivista Multi-Disciplinare “Alterità” (www.sienanatura.net)

eMagazine online, a-periodico, Anno I, N. 1, Siena, Maggio 2015 – (...).

II. Rivista web “la collina”. Suggestimenti di informazione culturale” (www.geocities.com/collinaweb)

Prima serie (mensile): Aprile - Dicembre 2003.

Seconda serie (bimestrale): Gennaio - Giugno 2004.

Terza serie (aperiodica): Luglio 2004 - Febbraio 2008.

Anni I-VI, nn. 1-25, Siena, Aprile 2003 - Febbraio 2008.

III. Quindicinale di cultura “Suggestimenti”, Siena, 1996 (Seconda Serie).

Pagina “Speciale Associazioni” nel giornale “Il Cittadino di Siena e Provincia”, Anno I, nn. 1-7, Siena, mercoledì 10 aprile 1996 - mercoledì 24 luglio 1996.

IV. “Mensile di... Suggestimenti”. Foglio di informazione culturale, Siena, 1995-1996 (Prima Serie).

Pieghevole a 4 ante. Anni I-II, n. 5 fascicoli, Novembre 1995 - Marzo 1996.

V. Rivista di Letteratura “la collina”, Siena, 1986-1994 (Seconda - Terza Serie).

1. AA.VV., *Del tradurre*, Anno III, n. 7, Siena, Dicembre 1986, 24 pp.

2. AA.VV., *Poesia & Poeti* (con sezioni tematiche su: “Poesie”, “Traduzioni”, “Narrativa”, “Recensioni”), Anno IV, n. 8, Siena, Giugno 1987, 26 pp.

3. AA.VV., *La scrittura e il suo soggetto* (con sezioni tematiche su: “Poesie”, “Traduzioni”, “Narrativa”, “Recensioni”), Anni IV-V, n. 9-10, Siena, Dicembre 1987 - Giugno 1988, 56 pp.

4. AA.VV., *Musica & Poesia* (con sezioni tematiche su: “La scrittura e il suo soggetto”, “Cinema e letteratura”, “Poesie”, “Traduzioni”, “Narrativa”, “Recensioni”), Anni V-VI, n. 11-13, Siena, Dicembre 1988 - Dicembre 1989, 116 pp.

5. AA.VV., *Sul Viaggio*, Anno VII, Numero 14-15, Siena, Gennaio - Dicembre 1990, 60 pp.

6. AA.VV., *I mostri nell'immaginario collettivo*, Anni VIII-IX, Numero 16-18, Siena, Gennaio 1991 - Giugno 1992, 101 pp.

7. AA.VV., *La parola & l'immagine*, Anni IX-XI, Numero 19-23, Siena, Luglio 1992 - Dicembre 1994, 360 pp.

VI. Foglio di Poesia “la collina”, Siena, 1984-1986 (Prima Serie).

Pieghevole a 4 ante (nn. 1-2) e a 8 ante (nn. 3-6).

Anno I, n. 1, Novembre 1984;

Anno II, n. 2, Febbraio 1985;

Anno II, n. 3, Giugno 1985;

Anno II, n. 4, Novembre 1985;

Anno III, n. 5, Marzo 1986;

Anno III, n. 6, Giugno 1986.