



I FIORI DI GUTENBERG

CORSO DI FORMAZIONE AL LAVORO EDITORIALE

promosso da DeriveApprodi (www.deriveapprodi.org)
organizzato da Doc(k)s (www.idocks.it)

ATTENZIONE: LE LEZIONI SI SVOLGERANNO TUTTI I MARTEDI' E I GIOVEDI' DAL 20 MARZO AL 29 MAGGIO MA LE LEZIONI POTRANNO SUBIRE DEGLI SPOSTAMENTI. LE LEZIONI SI SVOLGERANNO DALLA 18.00 ALLE 20.00 AL COWORKING MILLEPIANI (www.millepiani.eu/).

>Il programma

lezione n.1

LA CASA EDITRICE COME PROGETTO

Sergio Bianchi (direttore editoriale casa editrice DeriveApprodi)

Come nasce un progetto di casa editrice? Quali sono i prerequisiti indispensabili per la sua ideazione? E quali sono le necessità finanziarie e organizzative pratiche per la sua realizzazione? Quali sono i comparti lavorativi che la compongono? Quali i ruoli e le competenze necessarie? Perché le case editrici nascono e muoiono in tempi brevi? La lezione introduttiva risponde a queste cruciali domande delineando anche le principali tracce delle successive lezioni.

lezione n.2

LA DIREZIONE EDITORIALE

Marco Bascetta (casa editrice manifestolibri)

Il cuore pulsante della casa editrice è la sua direzione editoriale che deve esprimere capacità intuitiva e creativa unita alla sagacia e all'esperienza. Condizioni la cui combinazione

origina la costruzione della programmazione editoriale che nella sua coerenza configura e struttura la fisionomia e l'identità di una casa editrice. La lezione spiega come e perché si scelgono e si scartano autori e argomenti. E come tali scelte si devono necessariamente rapportare alle problematiche amministrative e commerciali.

lezione n.3

L'EDITORIA DI FUMETTI

Laura Scarpa (casa editrice ComicOut)

Da anni ormai l'editoria per fumetti vive un vero e proprio boom. Si moltiplicano le produzioni di ogni tipo (da quelle *mainstream* a quelle indipendenti e più «alternative»). Piccole case editrici dedicate al fumetto nascono. Nelle grandi case editrici si formano nuove collane, personaggi del fumetto diventano «star». La lezione analizzerà i motivi di questa escalation di successo e delinea un profilo esaustivo del mondo dell'editoria «fumettaria» indipendente.

lezione n.4

L'AUTORE E LA CASA EDITRICE

Zerocalcare (disegnatore e fumettista)

Quali sono i rapporti tra un autore e la sua casa editrice? Qual è il rapporto tra chi produce testi, disegni, immagini e chi li traduce in libri, volumi, prodotti commerciali pronti per il mercato? Tra conflittualità, amicizia, complicità e sfruttamento, Zerocalcare racconta la sua esperienza di fumettista indipendente, alle prese con le contraddizioni dell'editoria indipendente (e non).

lezione n.5

SCRIVERE, PUBBLICARE E VENDERE

Rossana Campo (scrittrice)

«Mi è sempre piaciuto portare in quello che scrivo qualcosa di non addomesticato, in lotta contro «la letteratura» come te la insegnavano a scuola. La scrittura e la lettura sono entrate nella mia vita come immense possibilità. Come un dono, e un atto politico (nel senso bello del termine, ovvio). Ma è ancora possibile oggi per una scrittrice, uno scrittore avere a che fare con l'industria editoriale senza snaturarsi e senza omologarsi?».

lezione n.6

LA LINGUA IN/FORMAZIONE

Silverio Novelli (Treccani)

Una lingua complessa, stratificata, versatile va trasformandosi sotto i nostri occhi. Talvolta sembra sovrabbondante, confusa, di plastica. Ogni tanto, è oggetto estemporaneo di chiacchiere petalose da salotto o, viceversa, di petizioni catastrofiste. In bocca ai politici, vuota o volgare. Nei media, stereotipata o narcisistica. A scuola, burocratica e nozionistica. La conosciamo davvero? La lezione mira a discutere alcuni prerequisiti per una comunicazione onesta ed efficace.

lezione n.7

SOGGETTI, SCENEGGIATURE, ADATTAMENTI E SCRITTURE DI FILM

Eugenio Cappuccio (regista)

La lezione tratterà del modo di scrivere per il cinema. Dal soggetto alla sceneggiatura, dai dialoghi al plot, tutte le articolazioni di un mestiere complesso e difficile, quello di «scrivere

film», verranno indagate e discusse insieme ai partecipanti. Verrà data particolare rilevanza all'adattamento dei film tratti dai libri. Si tratta di un processo che metterà in evidenza le differenze e le affinità della scrittura da film con la scrittura *tout court*.

lezione n.8

LA REDAZIONE

Dario Cimaglia (casa editrice Bordeaux)

Il centro della produzione di una casa editrice è la redazione. È qui che arrivano i testi che la direzione editoriale decide di pubblicare. È qui che questi testi vengono trasformati in libri. Come funziona la redazione di una casa editrice? Quali sono le varie fasi di lavorazione di un testo pronto per la pubblicazione? Quali sono gli strumenti che servono a un redattore? La lezione affronterà tutti questi temi con particolare rilevanza all'importanza delle ultime innovazioni tecnologiche.

lezione n.9

ESERCITAZIONI PRATICHE

a cura di Plan-ed

Le esercitazioni pratiche del corso prevedono: correzione delle bozze, editing, stesura della quarta e dei risvolti di copertina, controllo delle cianografiche, schede di valutazione dei testi, schede per la promozione libraria, comunicati stampa. Le esercitazioni saranno finalizzate alla pubblicazione di un vero e proprio libro da parte della casa editrice DeriveApprodi. Sul volume verranno inseriti nel colophon i nomi degli allievi coinvolti.

lezione n.10

LA TRADUZIONE

Ilaria Bussoni (Casa editrice DeriveApprodi)

Spiegare cosa significa «tradurre» un testo, poetico narrativo saggistico, in una sola lezione è impossibile. Tracciare i passaggi che delineano il lavoro di traduttore; disegnare il profilo delle capacità necessarie a un buon traduttore; accennare alle qualifiche di una pratica «empatica» come quella di tradurre, queste saranno le linee guida della lezione.

lezione n.11

LA GRAFICA

lezione n.12

IL LAVORO DI PHOTO EDITOR

Maysa Moroni (rivista Internazionale)

Le immagini sono sempre più importanti nel mondo della comunicazione contemporanea, sono anzi diventate spesso il centro attorno a cui ruota l'evento mediatico. Come funziona nella redazione di un settimanale? Come si sceglie la copertina? La lezione si occuperà di gestione di foto e immagini nel contesto di lavoro di una rivista come «Internazionale».

lezione n.13

LE NUOVE TECNOLOGIE EDITORIALI (MULTIMEDIALITÀ, E-BOOK, VIDEOLIBRI)
Luca Todarello (agenzia di servizi editoriali Plan-ed)

Come si realizza un eBook? Perché è utile e talvolta necessario ottenere la versione digitale di un libro cartaceo? Quali sono i problemi, i numeri e gli scenari futuri del mercato dei libri elettronici? La lezione esaminerà il flusso di lavorazione necessario per trasformare un manoscritto in un prodotto al tempo stesso cartaceo e digitale, pronto per la stampa e per la distribuzione su tutti gli store on line.

lezione n.14

L'UFFICIO STAMPA
Maria Teresa Carbone (rivista Alfabet2)

«L'ufficio stampa è il cuore della casa editrice» (Nanni Balestrini)
I temi della lezione saranno: La conoscenza dei testi (propri e altrui); La conoscenza dei media e delle persone («vecchia» stampa e «nuovi» social; usi attivi e passivi; l'importanza delle relazioni); Meccanismi di potere (io do una cosa a te, tu dai una cosa a me; ufficio stampa maschile, ufficio stampa femminile).

lezione n.15

LA CRITICA LETTERARIA
Andrea Cortellessa (docente universitario e critico letterario)

La mediazione critica può apparire (e in una certa misura è) qualcosa d'inattuale, all'interno del sistema-libro contemporaneo. Ma non è sempre stato così; se anzi oggi studiamo la storia dell'editoria nella modernità, quelle che studiamo sono in larga misura le scelte di critici di professione, o di autori dalla spiccata componente critica, che lavoravano all'interno dell'editoria, orientandone le scelte in una delicata e sempre instabile combinazione di considerazioni «di mercato» e indirizzi «militanti». Un'idea di letteratura era allora, in primo luogo, un'idea di società. Oggi questo ruolo di mediazione, come tante altre forme di mediazione del resto, è di fatto emarginato (se non ideologicamente demonizzato). Ma permangono tuttora, anche per chi si ostina a svolgere la professione del critico, zone temporaneamente autonome entro le quali esercitare, od orientare, scelte, programmi e idee editoriali (per esempio nella forma della collana, altro istituto che merita una descrizione non solo storica).

lezione n.16

GIORNALISMO CULTURALE ED EDITORIA
Benedetto Vecchi (quotidiano «il manifesto»)

lezione n.17 e lezione n.18

ESERCITAZIONI PRATICHE
a cura di Plan-ed

Le esercitazioni pratiche del corso prevedono: correzione delle bozze, editing, stesura della quarta e dei risvolti di copertina, controllo delle cianografiche, schede di valutazione dei testi, schede per la promozione libraria, comunicati stampa. Le esercitazioni saranno finalizzate alla pubblicazione di un vero e proprio libro da parte della casa editrice DeriveApprodi. Sul volume verranno inseriti nel colophon i nomi degli allievi coinvolti.

lezione n.19

LA PROMOZIONE E LA DISTRIBUZIONE
Gianluca Catalano (casa editrice e/o)

Un ottimo libro potrebbe raggiungere il suo pubblico senza un adeguato lavoro di promozione e distribuzione? In questa lezione parleremo della funzione fondamentale del promotore editoriale come ponte tra casa editrice e libreria e dell'importanza della distribuzione che ancora oggi, in epoca di e-commerce, rappresenta l'anello più importante, anche se spesso inefficiente, dell'intera filiera.

lezione n.20

LA DIREZIONE COMMERCIALE
Gianluca Catalano (casa editrice e/o)

Quel tipo di copertina è adatta? Il prezzo è adeguato al prodotto? Quale canale è giusto privilegiare per la vendita? Qual è il target di riferimento? La direzione commerciale mette in pratica le politiche commerciali dell'azienda vendendo sui mercati più redditizi i prodotti della casa editrice.

Nel mondo dell'editoria la conoscenza del prodotto è fondamentale per poterlo rendere visibile e reperibile per il pubblico di riferimento, ottimizzando costi e introiti.

> INFO: idockso14@gmail.com – 0685831785