

Stampato nel mese di Agosto 2009  
presso Unica Edizioni. Seconda edizione.  
Prima edizione 2007.

La sovracopertina è un adattamento dell'originale  
dipinto a mano da Francesca Vio,  
inseparabile dall'opuscolo interno.

© Unica Edizioni - Tutti i diritti riservati

[www.unicaedizioni.com](http://www.unicaedizioni.com)  
P. IVA 03656690272

Claudia Vio

**IDEE**

Appunti di autoeditoria

UNICA EDIZIONI

finora hanno stampato in proprio. Numerose associazioni (di poeti soprattutto) svolgono infatti, già ora, funzioni tipiche dell'editoria: nel loro statuto delineano gli scopi del loro "stare insieme", sperimentano forme originali di circolazione dei testi, creano un proprio pubblico.

Altri soggetti affini sono le riviste autoprodotte e i gruppi di arti visive e musicali che si muovono nell'ambito dell'autoproduzione. Inoltre sono da considerare alcune piccole librerie (ricordo per esempio l'eccellente Libreria Fenice di Vittorio Veneto), che agiscono da aggregatori culturali perché collegate ad associazioni locali o esse stesse promotrici di eventi.

Importante è anche l'azione delle biblioteche civiche, in particolare quelle collegate ai quartieri.

Molti responsabili di biblioteche (in maggioranza donne!) stanno oggi modificando il proprio ruolo: non sono burocrati, ma veri e propri animatori/animatrici culturali, e sono molto ricettivi verso le proposte che possono attrarre il lettore nella biblioteca e renderlo partecipe della scrittura.

E ancora: i gruppi di lettura (che spesso fanno capo proprio alle biblioteche) e le scuole di scrittura.

Ma perché "fare rete"?

Perché l'autoeditoria vuole essere una proposta socializzabile e universale. Non è la risposta solipsistica alle difficoltà di trovare un editore.

Ha in sé lo slancio per far emergere, e convergere, un sommerso di esperienze letterarie, di pratiche comunicative, di piccole e grandi innovazioni. Di creatività "dal basso", in conclusione.

*scelta, le motivazioni e le modalità attraverso le quali si realizza. E conoscersi meglio. In questo primo incontro, PUNTI DI VISTA, proponiamo di parlare di autoproduzione e di rete: lo facciamo, assieme alle autrici e agli autori protagonisti degli incontri, con coloro che a nostro parere percorrono una strada vicina alla nostra. Parleremo del loro mettere in rete altri e se stessi, di che significato attribuiscono oggi al termine autoproduzione, di cosa significhi mantenere o meno le attuali tappe della filiera produttiva editoriale. Soprattutto, di che statuto abbia l'essere autore/autrice".*

La rassegna è stata anche l'occasione per verificare la possibilità di intrecciare l'autoeditoria con le vie del commercio equo e solidale. Tra i soggetti contattati, per esempio, la cooperativa El Fontego, alla quale è stato proposto di accogliere nel proprio circuito distributivo i libri pubblicati in autoeditoria.

### **La rete**

Creare una rete di autoeditoria era uno degli obiettivi della rassegna. Ci si è chiesti con chi, innanzitutto.

Sono soggetti della rete coloro che già autoeditano, ovviamente; ma anche le associazioni culturali che

### **Una premessa**

*Queste pagine raccolgono alcune riflessioni nate nel corso dell'attività di autoeditoria. Si tratta di annotazioni stringate, scritte al volo per fissare le idee e renderle disponibili ad altri. Senza alcuna pretesa di elaborare una teoria organica.*

### **Editoria e inediti**

La necessità dell'autoeditoria nasce dalla constatazione che non esiste attualmente una modalità di pubblicazione adatta a un autore inedito che abbia l'esigenza di nutrire la propria scrittura con il contributo del giudizio critico altrui. Eppure questa esigenza è ineludibile. La "verifica" della qualità (o se vogliamo dell'efficacia) dei mezzi espressivi è indispensabile per chi scrive e può avvenire solo se il libro circola in più copie, dunque se è pubblicato.

Il mondo dell'editoria è avverso agli autori inediti e mi riferisco con ciò sia alla grande editoria che all'editoria piccola e cosiddetta indipendente.

La grande editoria seleziona gli autori in base a criteri di appeal commerciale (non è l'unico dei criteri ma è sicuramente il primo e decisivo) ed è molto restrittiva; pubblicare un autore sconosciuto significa infatti dover investire molto nella promozione –

cioè nelle operazioni pubblicitarie necessarie a creare un pubblico per quell'autore, per trasformarlo da "ignoto" a "noto". Ovviamente, le case editrici non sono disposte a investire su un inedito se non hanno la prospettiva che esso renda poi in termini di profitti. Ecco dunque che proprio sugli autori inediti si applica più che ad altri il filtro della commerciabilità. I libri dei nuovi autori devono essere in sintonia con le tendenze del mercato e le mode del momento. Un gran numero di testi di buona qualità rimangono esclusi perché non sono omologabili.

Al polo opposto la piccola editoria è, apparentemente, disinteressata all'aspetto commerciale. In realtà, poiché il piccolo editore non è in grado di sostenere i costi della promozione (indispensabile per la vendita) si dibatte quotidianamente nel problema di "almeno rientrare dei costi". Problema che spesso egli risolve facendo pagare la pubblicazione all'autore. Il vero destinatario di questa prassi editoriale non è dunque il lettore, bensì l'autore stesso.

In genere l'autore inedito paga per essere pubblicato perché non ha altra scelta. Ma questa pratica genera effetti perversi. L'editore infatti non ha alcun interesse ad andare oltre la mera stampa del libro avendo già ottenuto il suo profitto dall'autore. Egli rinuncia a misurarsi sul piano culturale. Inoltre, se vive essenzialmente dei proventi che gli derivano dagli autori, è molto probabile che pubblichi anche "cattivi" libri, in modo indiscriminato.

editoriali. Nasce così "Aut Aut Rassegna di autrici e autori autoprodotti" organizzata da Unica Edizioni e dall'associazione Scoletta dei Misteri (di cui è responsabile la stessa Barina), dal 23 gennaio al 6 febbraio 2007 nella Libreria San Pantalon a Venezia. La rassegna, autofinanziata, si è proposta una ricognizione delle esperienze di autoeditoria (limitatamente a Venezia e provincia), ma anche di dare una definizione di autoeditoria e di cominciare a mettere in rete i vari soggetti. Ecco l' "Editorial/diario" stampato in occasione del primo dei 5 incontri della rassegna e firmato dalle due curatrici.

*"Due scrittrici - Antonella Barina e Claudia Vio - che hanno imboccato la strada dell'autoeditoria. Che pubblicano se stesse e decidono di guardarsi intorno per vedere chi c'è e cosa c'è che gli assomigli quanto a letteratura autoprodotta: attività insieme autoriale ed editoriale, che si distacca dall'editoria commerciale, compresa la piccola editoria e quella indipendente, per privilegiare le scelte che autrici e autori compiono in prima persona. Nasce così Aut Aut, rassegna autofinanziata e autogestita, che abbiamo allestito per chiamare a raccolta quanti come noi a Venezia - città e provincia - hanno scelto di pubblicare nella forma dell'auto-produzione, e lo hanno fatto in modo esplicito, programmatico. Lo scopo è mettere a fuoco la consapevolezza di questa*

### **L'esperienza di Venezia: Aut Aut**

La prima esperienza di autoeditoria a Venezia si dà con "Edizione dell'Autrice", testata bimensile di poesia di Antonella Barina (redattrice dell'ANSA di Venezia, autrice di libri di poesia e di testi teatrali, ideatrice da molti anni di svariate proposte culturali, non solo locali). La rivista, nella quale l'autrice pubblica solo se stessa, nasce nel 2003 e rompe un tabù: l'autrice si dichiara editrice di se stessa rinunciando all'accredito di un editore. E' ovviamente una scelta, dato che la stessa autrice ha pubblicato svariati libri con l'editoria tradizionale. La rivista è autoprodotta, come del resto altro materiale creato negli anni precedenti da Antonella Barina, è "nomadica" (termine coniato dalla rivista) perché viene portata dall'autrice nei luoghi dove può essere ascoltata nelle letture pubbliche; ha una distribuzione "eventuale", cioè legata agli eventi.

Tre anni dopo, nel 2006, nasce Unica Edizioni, casa editrice da me creata per pubblicare i miei scritti e gestire personalmente il mio percorso editoriale. La casa editrice condivide con Edizione dell'Autrice le coordinate fondamentali dell'autotoeditoria: autogestione della produzione, indipendenza finanziaria, scelta esplicita e programmatica di essere editrici di se stesse, ma non di altri autori/autrici. All'idea di autoeditoria come auto-produzione di scrittura, Unica Edizioni aggiunge il proposito di creare e favorire altre esperienze auto-

Ma il peggiore dei risultati è l'ambiguità. Se infatti l'essere pubblicati costituisce un accredito per l'autore, un riconoscimento del suo valore che gli deriva dall'editore, è evidente che se questo accredito viene comprato, si traduce in discredito.

Ma, soprattutto, l'autore che pubblica pagando l'editore si trova a fare i conti con interrogativi ai quali non era preparato e che sono squisitamente editoriali: come può circolare il mio libro? in quali modi lo pubblicizzo? chi può essere interessato ad acquistarlo?

Tutti quesiti ai quali l'editore non intende trovare una risposta, che sarebbe troppo onerosa, e che ricadono addosso all'autore.

### **Spunti per l'autoeditoria**

L'idea di "editare se stessi" è, in parte, una deduzione da quanto sopra descritto. Se l'autore inedito è costretto a farsi carico in prima persona dei problemi editoriali, tanto vale che si ponga questi problemi prima di pubblicare, anziché dopo. Che sia egli stesso editore.

L'editoria che viene gestita direttamente dagli autori e dalle autrici avrà forme specifiche, che non emulano l'editoria tradizionale. Dovrà essere un'editoria ritagliata sulle esigenze della scrittura.

Consideriamo cosa può fare un autore che si autoedita.

1) Creare occasioni di incontro con il lettore dove la

comunicazione sia circolare e partecipata. In genere nelle presentazioni dei libri la comunicazione è unilaterale; per l'autore-editore è invece indispensabile il dialogo diretto con il lettore, la reciprocità. Il dialogo è la condizione perché il lettore possa esprimere il proprio punto di vista e perché l'autore lo recepisca; quindi si privilegiano gli incontri con le associazioni culturali, con i gruppi di lettura, con le scuole di scrittura creativa, con le biblioteche, con i quali si crea un rapporto di vicinanza e di circolarità.

2) Non inseguire la grande distribuzione, che ha senso solo se è supportata da una campagna promozionale a livello nazionale, e concentrarsi invece sul circuito locale, quello che di fatto è raggiungibile personalmente.

I libri autoeditati sono libri portati di persona, il loro orizzonte geografico è quello effettivamente sostenibile dall'autore-editore. Eventualmente, si può integrare con la vendita on-line o appoggiarsi a quei pochi circuiti che privilegiano l'editoria cosiddetta indipendente: ma ciò è un'integrazione, non il presupposto della circolazione del libro.

3) Poiché non si ha accesso pubblicitario ai mass media, scegliere con decisione il sottovoce: locandine – poche – realizzate artigianalmente e di piccole dimensioni; meglio ancora il volantino, mirato a un destinatario specifico. Inviti tradizionali ad personam. E il passaparola, tradizionale e via Internet. Non trascurare comunque i comunicati stampa, importanti per raggiungere coloro che non si è riusciti a contattare direttamente. In altri ter-

comercio equo e solidale, anch'esso in evoluzione. Dall'originaria ispirazione terzomondista, il commercio equo e solidale sta infatti evolvendo in forma di economia alternativa volta a raccogliere e mettere in circolazione anche la produzione interna, quella dei "dannati in patria" che non troverebbero sbocco nel grande circuito commerciale.

C'è, infine, l'autoproduzione come resistenza all'omologazione industriale, alla quale si contrappone la manualità artigianale o la non-riproducibilità del gesto artistico. Capita di trovare esperienze isolate di scrittori-artisti, in genere poeti (eredi della poesia visiva e dell'arte materica di qualche decennio fa), per i quali l'atto dello scrivere mantiene una forte componente di manualità e il supporto materiale (la carta, il libro, l'inchiostro) ha una funzione estetico-espressiva che interagisce con la parola scritta.

L'autoeditoria si inserisce in questo contesto, di cui condivide l'elemento decisivo, l'autogestionalità del processo produttivo: che si producano canzoni piuttosto che opuscoli politici, o marmellate o poesie, in ogni caso chi produce stabilisce obiettivi e modi della produzione, nella quale investe capitali propri e il proprio lavoro. Indipendenza finanziaria, autogestione del processo produttivo, partecipazione diretta alla produzione, sono gli aspetti senza i quali non si può parlare di autoproduzione e neppure di autoeditoria.

produzioni realizzate a proprie spese e in genere con mezzi propri. Attraverso l'autoproduzione i gruppi comunicano all'esterno, ma anche forgianno la propria identità; spesso consolidano i legami interni.

Ma il legame tra autoeditoria e autoproduzione è ancora più profondo ed è di natura ideale. L'autoeditoria ha infatti i suoi precedenti nell'autoproduzione come pratica politica che ha caratterizzato la controcultura degli anni 70. Ancora oggi l'autoproduzione mantiene il senso di un antagonismo rispetto al capitalismo, un antagonismo totale aggiungiamo, perché non circoscritto al progetto politico ma proiettato a costruire un sistema di valori – un sistema simbolico - alternativo. Questa autoproduzione, tuttavia, è limitata alla pubblicistica politica, quasi che ci sia bisogno di una ragione ideologica per giustificare una prassi alternativa. Non ho conoscenza che esistano libri autoprodotti di carattere letterario, diversamente da quanto avviene con la musica e la produzione di *comics*. Decisamente più rare, perché costosissime, le autoproduzioni cinematografiche.

Accanto a questo filone di autoproduzione a sfondo politico c'è anche l'autoproduzione nella quale si esprime una volontà essenzialmente etica, che si pone come critica alla logica economica del profitto. Confluiscono qui le realtà di alcune autoproduzioni (soprattutto agricole e di oggettistica) destinate a un mercato "di nicchia", quasi sempre gestite in cooperativa. E' un'autoproduzione che trova appoggio, in qualche caso, nel mondo del

mini: coltivare i rapporti interpersonali.

4) Presentazioni concepite come assaggi diretti del testo, leggerne dei passi, commentarli da sé. Non appoggiarsi all'accredito di un esperto autorevole; se ci si edita da sé, per coerenza ci si presenta da soli.

5) Valorizzare il lettore, fare in modo che possa diventare un soggetto attivo nel processo della scrittura, e quindi concepire il libro pubblicato come un quaderno di lavoro, suscettibile di modifiche.

Far circolare le competenze dei "dilettanti specializzati in letteratura", per citare una frase assai felice di Silvia Treves, tratta da "In margine al libro", pubblicazione a cura de I Librivendoli e della redazione di LN Libri Nuovi; sempre Treves aggiunge "Considerare i lettori più ingenui, faciloni, di bocca buona degli esperti è un pregiudizio (oltre che un errore commerciale). E dilettantismo non è sinonimo di pressapochismo".

6) Non avere preclusione per alcun luogo, inglobare nella circolazione del libro anche i luoghi anomali; le case private, per esempio, si prestano benissimo ad ospitare l'incontro di una decina di persone.

7) Mirare sopra ogni cosa alla qualità letteraria e culturale, più che al profitto; chi edita da sé può permettersi di fare questa scelta.

8) L'autore-editore non ha l'esigenza di pubblicare a ritmo frenetico condannando i libri all'obsolescenza dopo solo qualche mese dalla pubblicazione: poiché il suo "catalogo" coincide con se stesso, con la sua esistenza, ogni libro, anche il più "vecchio", si muove in un continuo presente, è la testimonianza del

suo scrivere. Nell'autoeditoria l'autore impone al libro il proprio tempo, anziché subire i tempi imposti dal mercato.

Per molti autori inediti tutto ciò rappresenta un carico di lavoro che non sono disposti a sostenere. Obiettano che è più semplice e logico rivolgersi a una casa editrice, anziché crearsene una. Alcune piccole case editrici, nate di recente, offrono un pacchetto di "servizi editoriali" a prezzi abbordabili per chiunque. Dunque perché non avvalersene?

La risposta è contenuta nella domanda: appunto perché si tratta di un'editoria che si appiattisce in una funzione di servizio (una specie di tipografia con valore aggiunto); che rinuncia alla *mission* culturale che è propria della vera editoria.

È a questo tipo di editoria che si vuole affidare il proprio inedito? Quale valore si può sperare di vedere riconosciuto al proprio libro se si accetta in partenza che la pubblicazione non ne abbia alcuno?

Ciò che si propone l'autoeditoria è esattamente il contrario. Essa vuole ribadire il valore culturale connesso al "pubblicare libri"; vuole riscattare l'autore inedito dal ruolo di accattone (colui che mendica una pubblicazione), assegnandogli compiti di progettualità culturale. E qui tocchiamo la vera ragion d'essere dell'autoeditoria, il suo "perché" fondativo: ricomporre nello stesso soggetto la funzione autoriale e quella editoriale (ovvero intellettuale). E' un processo analogo, in miniatura, al passaggio dalla figura dell'artigiano a quella

dell'artista nel Rinascimento. Simile è anche il modo di produrre e far circolare l'opera: come l'artista, l'autore-editore produce autonomamente l'opera e la propone portandola con sé nei reading, così come l'artista porta i propri manufatti e li espone nelle gallerie.

### **Autopubblicazione, autoeditoria, autoproduzione**

L'autopubblicazione, cioè il pubblicare pagando una casa editrice, non è autoeditoria. Occorre chiarire questo punto perché sovente i due termini vengono usati come sinonimi.

Nell'auto pubblicazione autore e editore rimangono due figure separate, l'autore è un elemento (o la materia prima) di cui si avvale la casa editrice, rispetto alla quale l'autore può far valere tutt'al più la sua forza contrattuale, ma ovviamente egli non può interagire con i suoi progetti.

Se tra l'autopubblicazione e l'autoeditoria non c'è affinità, questa esiste, invece, tra autoeditoria e autoproduzioni. Le due realtà sono consanguinee.

Nel suo significato letterale l'autoeditoria è il settore dell'autoproduzione che si occupa di libri, riviste ecc. L'autoeditoria è dunque un segmento di un contesto più ampio, rappresentato appunto dall'autoproduzione.

Parlare di autoproduzione significa parlare di una realtà sterminata, dove protagoniste pressoché assolute sono le associazioni. Circoli culturali, gruppi di volontariato, formazioni politiche, proliferano di