

ANNA CASTAGNOLI

# Manuale

dell'

# ILLUSTRATORE

COME PUBBLICARE  
ALBUM PER BAMBINI



EDITRICE BIBLIOGRAFICA

# INDICE →

## La collana

Questo volume della nuova collana «I mestieri del libro» nasce in collaborazione con l'Associazione italiana editori ([www.formedi.it](http://www.formedi.it)). L'AIE dal 1992 organizza corsi di aggiornamento professionale per editori (in aula o in azienda) attorno alle tematiche più diverse entro cui si sta evolvendo il lavoro dell'editore. Questo è il primo titolo che nasce come «ripensamento editoriale» dei materiali didattici che vengono predisposti durante i corsi dai docenti.

La nuova collana, frutto di un accordo tra Associazione italiana editori (che ne cura la direzione editoriale) ed Editrice Bibliografica, rinasce come coedizione tra due soggetti che per primi, all'inizio degli anni Novanta, si erano posti il problema di fornire agli operatori della filiera del libro strumenti (libri, corsi, master universitari) per affrontare i cambiamenti allora in atto, l'aggiornamento professionale e la formazione in ingresso. La collana, nella sua nuova veste, si propone come piattaforma (editoriale e tecnologica) aperta a tutti quei soggetti che operano avendo come punto d'osservazione l'industria dei contenuti (nei suoi sviluppi digitali), i processi cross-mediali di consumo di contenuti (editoriali e non), la multicanalità nei comportamenti d'acquisto.

Progetto grafico: MoskitoDesign

Impaginazione: Baroni Design

ISBN: 978-88-7075-886-3

Copyright © 2016 Editrice Bibliografica

Via F. De Sanctis, 33/35 - 20141 Milano

Proprietà letteraria riservata - Printed in Italy

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail [autorizzazioni@clearedi.org](mailto:autorizzazioni@clearedi.org) e sito web [www.clearedi.org](http://www.clearedi.org).

<b>Introduzione</b> .....	<b>7</b>
---------------------------	----------

# 1

<b>FARE UN ALBUM ILLUSTRATO</b> .....	<b>11</b>
---------------------------------------	-----------

Progettare l'album: il libro come oggetto .....	12
Lo storyboard.....	15
La maquette .....	17
Supporti e materiali dei disegni definitivi .....	17
Le misure dei disegni definitivi.....	17
Il formato.....	18
Illustrare le diverse parti del libro .....	24
La suddivisione del testo .....	29
Principali tipi di impaginazione.....	30
Tempi di realizzazione di un album .....	31
Progettare l'album: il libro come significato.....	32
Il protagonista.....	33
L'unità narrativa (lo stile).....	33
Il tempo .....	33
La logica narrativa e delle relazioni .....	34
Il ritmo .....	34
La direzionalità narrativa: sinistra → destra.....	34
La storia .....	39
Lunghezza del testo .....	40
Le fasce di età.....	41
Alcuni consigli .....	41
La relazione testo-immagine .....	43
La retorica del gesto .....	44
Il "corno" del testo .....	45
La sintesi .....	47
Lo stile .....	47
L'album senza testo.....	51
Elementi compositivi .....	52
Il punto di vista.....	54
Lo spazio .....	55
L'azione, il movimento, il tempo .....	57

Concentrazione interna .....	58
Materiali .....	61
Per disegnare .....	62

## 2

### **LA FORMAZIONE E LE SCUOLE D'ILLUSTRAZIONE..... 64**

Avete meno di 18 anni e vi piace disegnare .....	65
Scuole e corsi d'illustrazione in Italia .....	65
Altre sedi di corsi .....	73
Studiare all'estero .....	78

## 3

### **I CONCORSI D'ILLUSTRAZIONE ..... 87**

Perché partecipare? .....	87
Ricevere dei "no" è salutare .....	87
Consigli strategici per vincere .....	88
Consigli per gli autori di testi .....	89
Aspetti pratici .....	89
Come scegliere un concorso .....	92
Concorsi poco seri .....	93
Concorsi seri .....	95
Concorsi d'illustrazione italiani .....	97
Criteri di selezione e di presentazione .....	98
Premi per album illustrati editi .....	105
Riviste con Call .....	105
Alcuni siti dove trovare elenchi di concorsi aggiornati .....	105
Concorsi d'illustrazione esteri .....	106

## 4

### **TROVARE UN EDITORE..... 112**

I passi da fare .....	112
Scegliere gli editori .....	113
L'invio del materiale .....	116
La lettera di presentazione .....	122
Contattare gli editori durante eventi o presentazioni .....	124
L'appuntamento con l'editore .....	128

# 5

## IL DIRITTO D'AUTORE .....133

Il diritto d'autore, ovvero il "diritto della copia". Un po' di storia .....	133
Differenza tra diritto d'autore e copyright .....	135
Il diritto d'autore oggi .....	136
Che cosa è un'opera dell'ingegno .....	137

# 6

## IL CONTRATTO DI EDIZIONE .....140

Il ruolo dell'editore .....	142
Tempistica e fasi del Contratto di edizione .....	143
I diritti morali dell'autore .....	146
Obblighi dell'editore .....	147
Obblighi dell'autore .....	147
Scioglimento del contratto .....	147
La negoziazione del contratto .....	148
Esempio commentato di Contratto di edizione a termine standard ..	149
Adattamenti a formati cinematografici, digitali, gadget, videogiochi .....	154

# 7

## VIVERE CON L'ILLUSTRAZIONE .....158

Anticipi, guadagni, fiscalità .....	159
Royalty (Diritto d'autore).....	160
Esempio di conteggio .....	160
Coedizioni .....	161
Anticipo .....	161
Forfait (somma a stralcio).....	162
Tasse .....	163
Pagare per pubblicare il proprio libro .....	164
La promozione del libro .....	165
Tariffario .....	165
Agenti/Agenzie .....	168
Non solo album: altre forme d'illustrazione .....	173
App per bambini .....	184
Spazi coworking .....	185

## 8

### **USARE INTERNET PER AUTO-PROMUOVERSI ..... 187**

Dove promuovere le vostre illustrazioni (in sintesi) .....	189
La vostra identità virtuale .....	190
Il portfolio digitale .....	192
Il copyright su internet (e se mi rubano le immagini?) .....	192
Regole di galateo generali .....	194
Il rispetto .....	195
Estetica .....	196
Il sito personale .....	196
Il blog .....	198
Alcuni social nel dettaglio: regole d'uso .....	201

## 9

### **I LUOGHI DELL'ILLUSTRAZIONE ..... 211**

Fiere e saloni del libro per ragazzi .....	211
Associazioni .....	223
Riviste su carta .....	226
Blog e portali .....	232
Portali e riviste estere .....	234
Musei/Gallerie .....	235
Quotidiani, radio, tv .....	235
Festival/Eventi .....	236

## 10

### **BIBLIOGRAFIA RAGIONATA ..... 238**

# INTRODUZIONE

## Perché fare album illustrati

Perché volete fare libri per bambini? Davvero, che idea è? Non si guadagna quasi niente, nessuno fuori dal microscopico *milieu* dell'illustrazione parlerà di voi, suderete sette camicie per fare un libro e dopo qualche magra recensione su un blog specializzato non ne sentirete mai più parlare.

Era questo, più o meno, che mi ripetevano quando ho iniziato a lavorare come illustratrice, quindici anni or sono. Persino i professionisti assicuravano che di soli libri per bambini non si campa. “E voi come vivete?” chiedevo io. Ed erano sempre risposte vaghe, che aprivano in me una breccia di speranza. Forse mentono e non vogliono concorrenza, pensavo. Forse, un po', si può vivere di questo mestiere. In ogni caso, non avevo scelta. Come quando ti innamori di un tipo sinistro e non stai a sentire zie e parenti che rimbrottano. Sarei diventata illustratrice. Le prime gite alla Fiera di Bologna, con una cartellina da professionista, mi riempivano di orgoglio. Gli editori erano gentili, certo, ma con le idee precise. Qualcosa nei miei disegni non andava bene, ma cosa? Cosa era questo “linguaggio” che tutti sembravano conoscere quando puntavano il dito sulla mia tavola per dire che questo, e quello, non andavano?

Iniziai a studiare i libri illustrati: più li studiavo, più ne ero innamorata. Non erano solo belle immagini e storie fantasiose, erano meccanismi precisi come orologi svizzeri, carillon, bombe! In quel libro, ora lo vedo bene, l'illustratore aveva iniziato con un *pianissimo*, poi aveva accelerato con un *crescendo*. In quell'altro, la scenografia era fissa, come a teatro: l'occhio seguiva bene i personaggi che entravano e uscivano!

A quel tempo, in Italia, c'erano ancora pochi editori. Orecchio Acerbo e Topipittori erano i più all'avanguardia, importavano grandi illustratori dall'estero: Beatrice Alemagna, Remy Charlip, Kitty Crowther. Che mondi stupendi!

Ogni corso d'illustrazione, ogni fiera, era un'occasione preziosissima per scambiare con altri colleghi nomi di illustratori, dritte su quali editori contattare, su come era meglio presentare i lavori. Per parlare di queste scoperte ho aperto un blog: *Le figure dei libri*. Era il 2008. Tutto stava esplodendo. Letteralmente. Nascevano di continuo nuovi editori, nuove scuole, nuovi corsi, nuovi blog.

Oggi il mondo dell'illustrazione è un pullulare di eventi, e la professione di illustratore incomincia a profilarsi come un mestiere serio. Le zie approvano. Ma a livello economico, la solfa non è cambiata affatto. In Italia, di soli album illustrati, non si può vivere. Le tirature sono basse, molti editori pagano male. Di nuovo c'è che oggi, grazie a internet, si può lavorare con tutto il mondo. Gli illustratori si mantengono lavorando a distanza con Stati Uniti, Inghilterra e Francia. Altri ancora si dedicano a illustrare prodotti per bambini, decorare ceramiche, oppure vendono gli originali. Io mi sono specializzata nei corsi, perché ho scoperto che adoro insegnare. Con un po' di fantasia e molto lavoro, di albi illustrati si può vivere, a volte anche bene.

Mi alzo la mattina e per sgranchirmi l'anima vado a fare una passeggiata nel parco. Poi mi metto al lavoro. Il blog, Facebook, tante mail, un libro nuovo da progettare, nelle pause una sbirciata su eBay per vedere se una prima edizione di André François è scesa di prezzo. Mi sento felice, fino all'ultima cellula. Penso che si possa essere felici solo così: facendo ogni giorno una cosa che ci piace, impegnandoci. Non è sempre facile. A lavorare con la creatività ci si scontra di continuo con i propri umori. Bisogna imparare a gestirli. Ma anche questo è bello. Lavorare su di sé. Crescere. Quando sono stanca o malinconica, a darmi nuova linfa è il pensiero dei bambini. Mi sembra di avere una responsabilità enorme verso di loro.

Ho messo in questa guida tutte le informazioni che avrei voluto ricevere quando ho iniziato questo mestiere: dove studiare, come presentarsi a un editore, capire un contratto, promuoversi sul web, frequentare una fiera, come progettare un libro, tenersi aggiornati. Spero che possano esservi utili.

Publiccare un libro, credetemi, è molto facile. Gli editori si lamentano continuamente di non ricevere progetti abbastanza buoni. Ci sono centinaia di aspiranti illustratori e se solo qualcuno ce la fa, non è per-

ché è più bravo, ma semplicemente perché è bravo. Concentratevi su voi stessi. Difendete il vostro desiderio come un bene prezioso. Dalle zie, ma anche da quella voce, dentro di voi, che vi dice: *non tu*.

Invece, si tratta proprio di te, di quello che hai da dire di più bello. Nessun altro lo ha mai detto prima. Ti auguro di crederci.

## Breve storia dell'album illustrato

Oggi, per “album illustrato”, solo “album”, “albo” (al plurale, album o albi; nei paesi anglosassoni *picture book*, *Bilderbuch* in Germania), si intende un libro per bambini dove l'illustrazione è predominante. Ospita una storia breve o una collezione di immagini legate da un'idea narrativa. Storie e immagini sono interdipendenti: ognuna funge da contesto all'altra. Isolate, avrebbero un altro senso, o non si capirebbero affatto. La copertina è cartonata, ma può essere brossurata (molle) per le edizioni economiche. Un grande libro di fiabe, dove ci sono una o due illustrazioni a fiaba, ad esempio, è semplicemente un libro illustrato, non un album.

Nella Germania del 1500, l'*album amicorum* (dal latino *albus*, ossia bianco) era un quaderno rilegato di pagine bianche che il proprietario faceva dedicare o illustrare agli amici o a persone importanti. A cavallo tra 1700 e 1800 l'*album amicorum* diventa territorio femminile: diario intimo, accoglie cartoline, fiori secchi, poesie, ciocche di capelli, immagini di moda o di arte ritagliate da libri e riviste, collage, disegni e scritti personali. Un po' come le nostre Moleskine.

Il salto al libro illustrato è breve. Nel 1820 si inizia a chiamare *album* un qualsiasi libro stampato e rilegato nel quale le illustrazioni abbiano un ruolo preponderante sul testo.<sup>1</sup> Se per secoli l'immagine era stata a servizio del testo, nell'*album* i ruoli si invertono.

L'album per bambini conserva dell'*album amicorum* tutta la libertà espressiva e un certo sapore popolare. Non sono stati, infatti, i grandi illustratori classici, come Arthur Rackham, Gustave Doré o Ludwig Richter, che si sono cimentati con questo nuovo ibrido, ma giovani

<sup>1</sup> Annie Renonciat, *Origines et naissance de l'album moderne*, disponibile a questo indirizzo: [http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/arret/03\\_4.htm](http://expositions.bnf.fr/livres-enfants/arret/03_4.htm)

artiste sconosciute, maestri di scuola, figurinai, vignettisti, illustratori caricaturali.

Assurge a vera forma d'arte con l'Art Nouveau e le Avanguardie che, prima nell'ornamento e nella botanica, poi nel segno semplice dei bambini, dei popoli primitivi e dei malati mentali, trovarono una purezza espressiva che liberava, finalmente, dai dogmi delle vecchie accademie. Heinrich Hoffmann, Elsa Beskow, Gertrud Caspari, Randolph Caldecott, Walter Crane, Sibylle von Olfers, Konrad von Freyhold, Tom Seidmann Freud furono alcuni pionieri.

Da allora, le sempre più raffinate tecniche di stampa, la sperimentazione degli artisti, la sedimentazione di linguaggi narrativi diversi, tra cui quello del cinema, hanno prodotto una moltitudine di album e di stili. Molto difficile trovare un denominatore comune. Parteciperete a dibattiti accesi su cosa sia adatto ai bambini e cosa no; quali stili siano alla moda e quali no; che tipo di libri siano album e quali no.

Voi concentratevi su quello che di più profondo e sincero avete da dire, mettetelo in un album. Il resto non vi deve disturbare.

Ringrazio, per la cura di questa guida e la simpatia, Giovanni Gondoni di Editrice Bibliografica; per gli interventi: Paolo Rui e Costanza Favero dell'Associazione Autori di Immagini, Ale Giorgini dell'Associazione Illustri, la scrittrice Nadia Terranova, gli illustratori Giorgio Albertini, Simone Massoni, Giulia Tomai, Marco Trevisan, Giulia Sagramola; Luca Prasso per la testimonianza sul mondo delle app per bambini. Per i consigli e il sostegno: Giorgio Bettineschi, Giulia Coniglio, Ilaria Falorsi, Anna Martinucci, Martina Motzo, Julien Palier e tutti i colleghi che hanno gentilmente risposto all'indagine sulle fonti economiche. Un grazie speciale a Valentina Mai, amica preziosa, avvocat e editore, per la supervisione della parte sul contratto di edizione.

Dedico questo lavoro a mio marito.

# I

## FARE UN ALBUM ILLUSTRATO

È sera, leggiamo ad alta voce un libro a un bambino, il libro acquista una voce umana. Una voce calda o stridula, enfatica o calma. Finiamo di leggere il libro e lo riponiamo su uno scaffale basso della libreria. Il giorno dopo, il bambino si avvicina alla libreria e prende il libro. La sua percezione del libro è molto diversa dalla nostra: il libro che a noi era sembrato piccolo, rassicurante, *per bambini*, nelle sue mani è grande. È anche molto pesante, gli cade. Si siede per terra e lo sfoglia al contrario. Noi, che non abbiamo perso di vista il bambino, ci accogliamo e giriamo il libro nel verso *giusto*, aprendogli la copertina sulla prima pagina. Il bambino continua da solo. Le pagine vengono girate a blocchi perché le sue dita non riescono a prenderle a una a una. Non sembra esserne disturbato. Si sofferma su un'immagine: colpisce la sua attenzione l'espressione ambigua del becco di un uccellino; poi, con un gesto deciso, chiude il libro. Finito. Lo ha letto. Noi, che conosciamo la storia (una storia così bella, con tante immagini così belle!), pensiamo che non lo abbia letto sul serio e ne siamo un po' dispiaciuti. Interrompamo quello che stiamo facendo, prendiamo il bambino in braccio e gli leggiamo di nuovo la storia, sfogliando le pagine in ordine, una dopo l'altra, fino alla fine. Ecco, *così*.

Ho descritto questa scena perché mette bene in evidenza la quantità di codici culturali (dritto/rovescio, da sinistra a destra, una pagina dopo l'altra), di gesti precisi (aprire, tenere, sfogliare in un certo modo), di tradizioni d'uso (un libro breve lo si legge dall'inizio alla fine, in modo continuo) che bisogna conoscere per "leggere" un libro illustrato. Mette anche in evidenza le differenze di motivazione, interesse, sensazioni che adulto e bambino possono avere davanti all'oggetto libro e al suo uso. Da bambini, abbiamo imparato a leggere le parole, ma abbiamo anche imparato (quasi senza rendercene conto) a usare il libro in un certo modo e per certi scopi. I bambini sanno benissimo che i libri ser-

vono soprattutto da massaggia-gengive quando il dente ha lasciato un buco, da gallerie per le macchinine, da album per disegnare, da sedie, da spunti per inventare altre storie.

Bisogna operare un lungo lavoro di condizionamento per convincere il bambino che il libro serve a una sola cosa, che è cibo per lo spirito, nobile nutrimento di anima e intelletto, che non lo si scarabocchia, non lo si ritaglia, non lo si usa come capanna delle bambole, non lo si utilizza per operazioni creative di riscrittura: a meno che non sia scritto da qualche parte sul libro che una di queste attività è permessa. Una volta convinto, anche lui insegnerà ad altri che si legge *così*.

Quando Bruno Munari, nel 1980, pubblica *I prelibri* (Danese), una serie di piccolissimi libri contenenti la possibilità di alcune esperienze sensoriali, pensa alle mani dei bambini piccoli e alla loro mente aperta e creativa. Di illustratori brillanti come Munari ne sono esistiti pochi, gli altri hanno inserito contenuti – anche geniali – in codici di lettura già esistenti (*una pagina dopo l'altra, in ordine*). Se hanno giocato con questi codici, è stato per sorprendere un lettore che già li conosceva, senza però mai uscire dalla famosa “scatola”.

In questo capitolo vi insegno a fare un libro da dentro la scatola.

Ma siete invitati a uscirne quando volete.

## **Progettare l'album: il libro come oggetto**

Una copertina rigida o brossurata, un formato grande o piccolo, una carta “usomano” (opaca e porosa) o patinata (lucida e liscia), sono tutte informazioni visive, tattili e uditive che ci presentano il carattere del libro dal momento in cui lo prendiamo in mano. Questo “carattere” crea in noi un'aspettativa, influenzando la storia che il libro contiene. Forma e contenuto possono essere ancora più interconnessi: è il caso dei libri pop-up, dei libri tattili e di tutti quei libri in cui la forma è un elemento indispensabile allo sviluppo della storia.

Iniziamo dai principali termini che dovete conoscere per progettare il vostro libro.

## Glossario

**Copertina, prima di copertina o piatto anteriore:** la facciata principale della copertina, accoglie il titolo e un'illustrazione.

**Quarta di copertina o piatto inferiore:** è il retro del libro; vi si trovano una breve sintesi della storia o del tema del libro, l'ISBN, il prezzo (più raramente, nell'album, informazioni sugli autori). Può essere illustrata o non illustrata.

**Contropiatto:** facciata interna della copertina.

**Dorso/costa:** la parte che unisce la copertina alla quarta di copertina e nasconde la rilegatura delle pagine. Sulla costa compaiono il titolo, gli autori e il logo della casa editrice.

**Rilegato in broccatura:** è un tipo di rilegatura più economico rispetto alla copertina cartonata. La copertina è di cartoncino flessibile e non rigido.

**Sguardie, risguardi o carte di guardia:** fogli all'inizio e alla fine del blocco libro, di solito decorati. Due facciate delle guardie (controguardia anteriore e posteriore) vengono incollate al contropiatto della copertina per legare la copertina al blocco delle pagine.

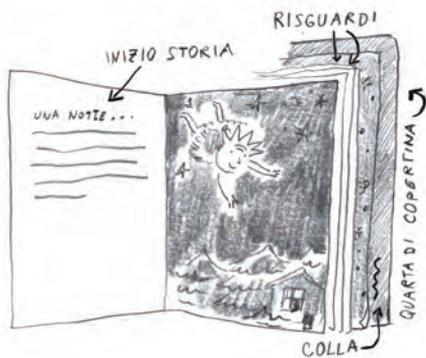
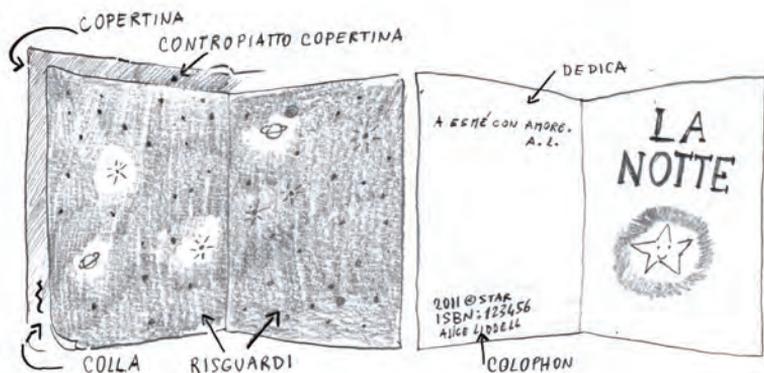
**Pagina del colophon:** contiene informazioni sulla pubblicazione; la menzione del copyright (©) seguito dal nome e dalla data a partire dalla quale inizia la protezione; l'ISBN (International Standard Book Number), che è un codice di identificazione del libro valido in tutto il mondo; nome dell'autore, nome e sede legale dell'editore (se il libro è stato tradotto si devono citare anche il copyright dell'edizione originale, l'anno di pubblicazione e la sede legale dello stampatore). Eventualmente, la dedica dell'autore e/o illustratore. Nell'album moderno questa pagina è spesso a sinistra della pagina dei titoli.

**Pagina dei titoli o frontespizio:** è la pagina che accoglie il titolo, i nomi dell'autore e dell'illustratore (sempre prima il nome dell'autore e, a seguire, quello dell'illustratore); la casa editrice. Possono essere riportati anche i nomi dei curatori e dei traduttori. Sul verso della pagina dei titoli inizia la storia vera e propria.

**Pagine di servizio:** sono le pagine interne del libro che non ospitano la storia vera e propria. Sguardie, pagina del colophon, pagina del titolo.

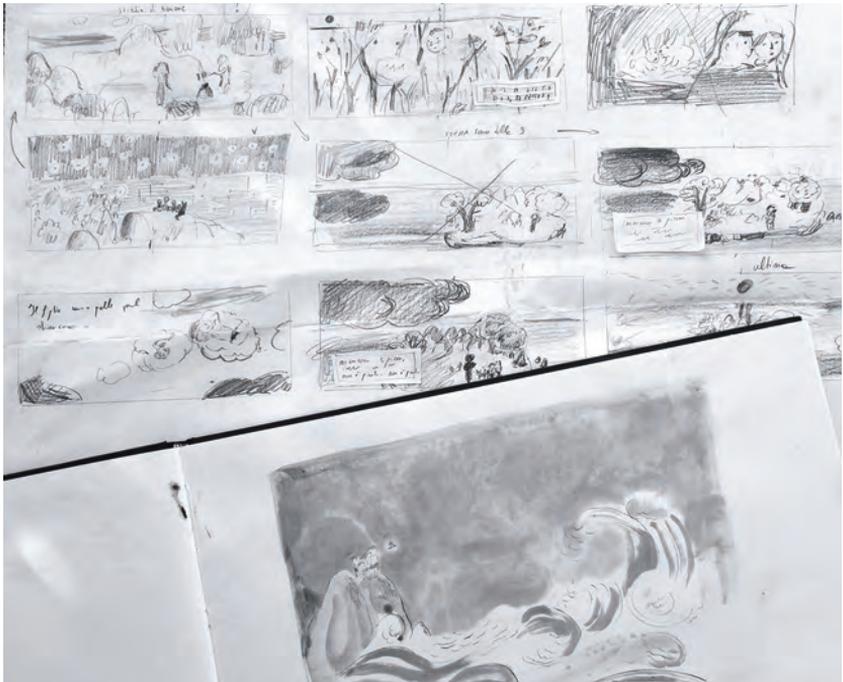
**Recto/Verso:** il recto è la prima facciata di una pagina (fronte), il verso è la facciata posteriore (retro).

**Segnatura:** una segnatura è il blocchetto di pagine che vengono ricavate da un solo foglio piegato e poi tagliato. Un libro è fatto di più segnature rilegate insieme.



## Lo storyboard

È una sequenza di schizzi realizzata su uno stesso foglio, o su più fogli, per avere una visione d'insieme del libro. I disegni sono abbozzati, in bianco e nero o a colori. Le doppie pagine vengono disegnate aperte, più piccole del libro, in scala. Lo storyboard serve a farsi un'idea della composizione e della ripartizione delle scene. Serve soprattutto all'editore a capire cosa avete in testa. Insieme all'editore, ragionerete su cosa aggiungere, cosa togliere, come dare più ritmo alla narrazione, alleggerirla, armonizzarla. Dopo aver letto più volte il testo e sottolineato le scene che vi piacerebbe illustrare, fate una prima versione dello storyboard, lavorando istintivamente. Potete essere anche banali, nessuno vi vede.



Dovete prendere alcune decisioni:

- 1) scegliere il formato del libro;
- 2) decidere come suddividere il testo nelle pagine;
- 3) pensare a come impaginare testo e immagine.

Segue questo esercizio un nuovo storyboard più definito, dove inizierete a pensare alla composizione, alla scelta dello stile.

### Da sapere

Non tutti gli illustratori fanno lo storyboard. Alcuni preferiscono andare avanti per prove ed errori realizzando schizzi e disegni definitivi.

Per specifiche ragioni editoriali e/o commerciali, può capitare che l'editore vi invii il testo già suddiviso per pagine o vi indichi dove inserire le immagini.

### *Definizione degli schizzi*

Non è importante che gli schizzi dello storyboard siano belli. Né fedeli al 100% ai futuri disegni definitivi. L'importante è che l'editore (o i giurati, in caso di un concorso) possano capire l'idea. Se i colori sono un elemento importante della vostra narrazione, meglio fare gli schizzi con i colori necessari per trasmettere l'idea.



Anna Castagnoli, schizzo e definitivo per il “Calendario 2009” della Città del Sole.

## La maquette

La maquette è il prototipo del libro. Viene realizzata dopo lo storyboard per presentare il libro a un concorso o a un editore, o per capire meglio come verrà il lavoro finito. Può essere fatta in scala 1:1, cioè grande quanto sarà il libro, o ridotta. Se è in scala ridotta, scrivete da qualche parte quella usata.

Potete incollare le fotocopie dei vostri schizzi o disegni definitivi su delle pagine bianche, oppure stamparli su carta spessa e usare le stampe come pagine. Rilegatela come più vi piace: cucita, pinzata, incollata (su YouTube trovate un'infinità di tutorial). Se non è realizzata per un concorso, vi consiglio di non rilegare le pagine. Insieme all'editore, sarà più facile pensare a dei cambi di ordine delle sequenze.

## Supporti e materiali dei disegni definitivi

Vanno realizzati su una superficie che si possa piegare (serve in fase di scansione). Se avete bisogno di realizzarli su una superficie rigida per necessità della tecnica che avete scelto, chiedete all'editore se ha la possibilità di fotografare le illustrazioni invece di scansionarle. La fotografia di un'illustrazione ha un costo più alto. Disegni incollati con oggetti in rilievo (spessore di un bottone) avranno, altresì, bisogno di essere fotografati.

Potete usare la tecnica che volete. Ricordate che tutto quello che brilla o riflette la luce dà problemi in fase di scansione. Non usate materiali come foglie d'oro o argento a meno che non abbiate chiesto all'editore se può riprodurli (i costi sono alti).

## Le misure dei disegni definitivi

Se la vostra illustrazione è più grande di una facciata singola, è meglio lavorare su un formato uguale a tutta la superficie della doppia pagina del libro. La misura del disegno può essere 1:1 rispetto al libro, oppure, in proporzione, più grande. Se le misure del tipo di carta impongono

di lavorare più in piccolo non è grave, ma solo se si tratta di pochi centimetri. Si potranno fare delle scansioni ad altissima risoluzione e ingrandire un po' il disegno (il rischio è che perda definizione).

Ricordate di lasciare da tre a cinque millimetri di abbondanze intorno al disegno.

## **Il formato**

Un errore che facevo all'inizio della mia carriera era quello di leggere il testo e mettermi davanti al foglio pensando da quale scena iniziare a illustrarlo. La prima cosa a cui pensare quando si progetta un libro è il formato.

Il formato è il contenitore del libro. Può essere grande, piccolo, quadrato, rettangolare, obliquo, a forma di casa... Darà al lettore un'impressione immediata del libro e determinerà lo spazio per il testo e le illustrazioni all'interno.

Quando si parla del formato del libro, ci si riferisce sempre al libro chiuso. Si misura il blocco delle pagine, non la copertina che, se cartonata, eccede il blocco-libro di qualche millimetro.

Il formato può esservi suggerito o imposto dall'editore per esigenze di specifiche collane; o potete proporlo voi all'editore. Nel secondo caso, la vostra scelta verrà discussa con l'editore sulla base di questi criteri:

- significati culturali e psicologici impliciti nel formato;
- necessità narrative;
- ragioni economiche;
- ragioni pratiche.

Vediamoli nel dettaglio.

### ***Significati del formato***

La dimensione e la forma del libro vengono percepite dal lettore su basi psicologiche e culturali. Un formato piccolo o molto piccolo è un formato delicato, prezioso, anche rassicurante (forse perché quello che è piccolo è poco pericoloso per i nostri neuroni di animali da savana?).

Se è esageratamente piccolo, sarà considerato buffo, o alternativo, perché inusuale. Un formato molto grande è un formato dentro cui si invita il lettore a perdere i confini tra realtà e finzione: è un libro-mondo. Se la storia è tragica, un formato grande può accentuarne le componenti drammatiche, un formato piccolo attenuarle (questo vale anche per l'impaginazione delle vostre immagini all'interno del libro).

Negli ultimi anni, soprattutto in Francia, vanno di moda libri grandissimi (più di 30×40 cm). Sono misure davvero necessarie alla narrazione? Non è male, prima di scegliere un formato molto grande, riflettere sul fatto che la carta ha un costo per il pianeta.

Formati nei quali non c'è troppa sproporzione tra altezza e lunghezza sono detti "classici". Formati molto sproporzionati sono invece considerati sperimentali. Un lettore esperto non si aspetterà di trovare la storia di Hänsel e Gretel dentro un formato 42×12,5, ma potreste usare questa sua aspettativa per sorprenderlo!

La *forma* di un oggetto, infatti, ci dà informazioni sul "tipo psicologico" che quell'oggetto rappresenta. Un formato *quadrato* è equilibrato, ha la massima stabilità possibile. I suoi lati sono tutti uguali e non c'è, tra loro, nessuna competizione. È così perfetto che non si muove. Un formato quadrato accoglie una storia che rassicura sull'ordine delle cose, ed è anche più facile da maneggiare e leggere: per questa ragione viene usato spesso per fasce di età 0-3 anni. Aperto, il formato quadrato sarà un rettangolo con molto spazio per la narrazione orizzontale.



Dall'alto in basso, da sinistra a destra: Beverley Randell e Robin Robilliard, *Boxes*; André François, *Lágrimas de cocodrilo*; Fratelli Grimm e Susanne Janssen, *Hänsel et Gretel*; Renato Moriconi, *Bárbaro*<sup>2</sup>; Remy Charlip, *Mio Miao*; Élisabeth Ivanovsky, *Les très petits*.

Un formato *verticale* è un formato dinamico, con una bella energia. È come una persona in piedi. Sta dritto in equilibrio, ma può anche decidere di andare. In funzione delle misure, con la doppia pagina aperta del formato verticale, potrete ritrovarvi a disegnare su un formato quadrato. I formati dove la base è molto lunga rispetto all'altezza vengono chiamati “alla francese”. I francesi, però, li chiamano “all’italiana”.

Se l'equilibrio tra base e altezza è molto sproporzionato è come dire al lettore: “ti aspetta una storia sorprendente!”. Il formato *molto allun-*

<sup>2</sup> Pubblicato in italiano da Gallucci con il titolo *Il barbaro*.

*gato in altezza* è un tipo allampanato. Forse possiamo trovarci dentro la storia della competizione tra due architetti di grattacieli, come in *Les grattes-ciel* di Germano Zullo e Albertine (La joie de lire, 18 di base × 37 cm). Un formato *molto allungato in larghezza e basso* è buffo come un cane bassotto. Nell'edizione originale di *Les larmes de crocodile* di André François (Delpire, 26,5 di base × 8,5 cm) si spiega come imballare un cocodrillo e spedirlo per posta a Parigi, perché possa tener salotto e imparare le buone maniere.

Potete anche scegliere di illustrare il libro come un calendario, sfogliandolo dal basso verso l'alto. I costi non cambiano, è solo una scelta di orientamento della stampa. Leggere il libro in questo modo è piuttosto scomodo: usate questo formato solo se è davvero necessario alla vostra narrazione e consultatevi con l'editore prima di iniziare il progetto.

### ***Necessità narrative***

La vostra storia può avere bisogno di un formato che ne dinamizzi il movimento (allungato in altezza o larghezza) o che lo rallenti (quadrato o stretto). Ad esempio, una storia di inseguimenti, o dove c'è molta azione, sarà un po' strana raccontata per immagini dentro un formato alto e stretto stretto.

Fate alcuni bozzetti sul formato aperto definitivo per capire se vi piace. È possibile adattare il formato a esigenze grafiche diverse impaginando le illustrazioni dentro la doppia pagina come più vi aggrada.

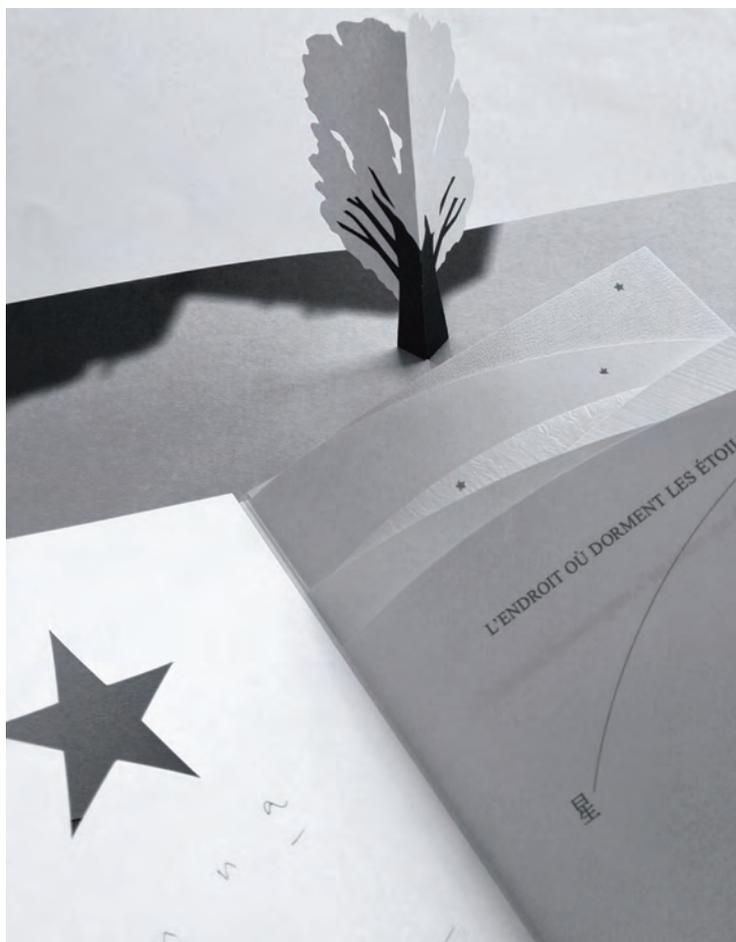
### ***Necessità economiche: i formati alternativi***

Un libro è un'opera creativa, ma è anche un prodotto commerciale. Ogni illustratore deve trovare un compromesso tra il suo desiderio di un certo formato, le esigenze dell'editore e i limiti dei costi di produzione.

Formati storti, tondi, a forma di casetta, bucati, senza un angolo, sbilenchi (e all'interno: bucati, pop-up, con ante che si aprono, con cuciture, di stoffa), spesso non sono realizzabili industrialmente. Le macchine hanno dei limiti. Formati alternativi realizzabili industrialmente hanno, altresì, costi più elevati. In tutti i casi, prima di iniziare un progetto, discutete la vostra idea con uno stampatore o un editore e ricordate che pochi editori trattano questi formati.

È bene sapere, inoltre, che la produzione industriale di questo ge-

nera di libri viene spesso realizzata in Cina. C'è una possibilità di controllo sulla catena di produzione? Come sono trattati i lavoratori? Che età hanno? Informarsi bene mi sembra un gesto di rispetto verso tutte le persone che collaboreranno con voi alla realizzazione del vostro libro.



Katsumi Komagata, *Little tree/Petit Arbre e L'endroit où dorment les étoiles.*

### ***Ragioni pratiche***

Un'altra ragione di scelta del formato può essere dettata dalle misure di un tipo di carta o di album da disegno di cui vi siete innamorati, più piccole del formato che vorreste utilizzare. Pensate, però, che potete eventualmente incollare due fogli dello stesso album su un terzo supporto (attenzione a sceglierlo flessibile). Le imperfezioni date dalla linea di intersezione dei due fogli potrete mitigarle in un secondo tempo con Photoshop, o farle mitigare dall'editore. Meglio se la giuntura coincide con la linea mediana della doppia pagina del libro. Non è l'ideale, ma a volte l'amore detta le sue leggi.

### ***Misure esatte***

In fase di stampa, per abbassare i costi, si cerca di stampare un intero libro su un solo foglio macchina, stampato fronte/retro (tecnicamente: facciata *bianca e volta*). I formati più diffusi dei fogli sono quelli che garantiscono l'ottimizzazione dei costi di produzione: 70×100, 88×128, 100×140 o 120×160.

Entrano in gioco, nel calcolo, le misure delle pagine, il loro numero, le abbondanze per le pinze delle macchine. Sono calcoli difficili che fanno lo stampatore e l'editore: non dovete farli voi. Resta inteso che le misure esatte di un formato non potete inventarle. Di solito, un editore vi propone diverse possibilità di formato tra cui scegliere.

Se non avete un editore che vi suggerisca le misure, riflettete su che formato, a spanne, vi piacerebbe usare, andate in biblioteca o in libreria armati di righello e misurate un formato simile. Avrete il vostro formato. Ricordatevi di misurare il *blocco libro*, non la copertina.

### ***Numero pagine***

Un libro – e quindi anche un album illustrato – è un insieme di segnature cucite e/o incollate insieme. Una segnatura è composta da più fogli piegati. Un foglio piegato in due viene chiamato quartino e ha quattro facciate. Piegato in tre, ottavo (otto facciate), in quattro, sedicesimo, e così via. Per capire meglio, prendete un foglio, piegatelo a metà, poi, cambiando lato, di nuovo a metà, otterrete un ottavo. Il numero di pagine di un album, tecnicamente, può essere un multiplo di quartini, cioè di 4 facciate, ma è più economico se è un multiplo di otto facciate

o, ancora meglio, sedici.

Normalmente, un album illustrato ha un minimo di 24 facciate che accolgono il testo e le illustrazioni (la storia vera e propria) più le facciate di servizio, cioè è composto da due segnature di un sedicesimo (2 sedicesimi).

Le facciate di servizio possono essere:

- 7 facciate di risguardi;
- 1 facciata per la pagina dei titoli.

Totale: 8 facciate, di cui due non visibili perché incollate alla copertina (→ immagine p. 14).

Sembra facile, detta così, ma quando sarete in fase di storyboard vedrete che è piuttosto complicato. Non potete aggiungere o togliere una sola pagina come vi aggrada, dovete sempre ragionare in multipli di 8 facciate (risguardi inclusi).

## Illustrare le diverse parti del libro

### *Copertina*

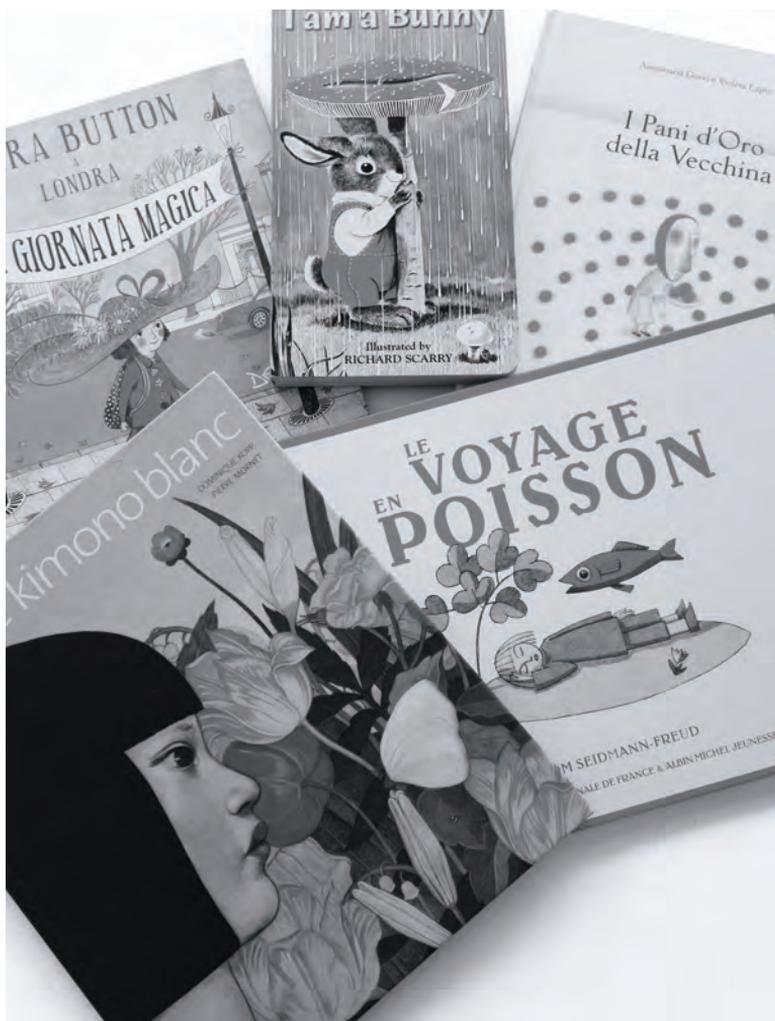
È come l'affiche sul muro esterno del teatro, deve presentare gli attori, far capire il genere di spettacolo. Accoglie il titolo – meglio se in alto e ben visibile –, i nomi degli autori (autore sempre prima, a sinistra, illustratore a seguire, a destra), un'illustrazione con il/i protagonista/i (salvo eccezioni significative).

L'illustrazione può iniziare sulla copertina e finire sulla costa, o proseguire sulla quarta. Titolo e nomi verranno aggiunti dal grafico, voi dovete solo lasciare lo spazio nell'illustrazione.

Se la copertina è cartonata, dovete lasciare all'illustrazione un centimetro e mezzo/tre centimetri di *abbondanze*<sup>3</sup> (idem per la quarta di copertina). Servono a fasciare lo spessore del bordo della copertina fino alla giuntura con il risguardo interno.

---

<sup>3</sup> Vedi box a p. 90.



In senso orario: Amy de la Haye e Emily Sutton, *Clara Button a Londra*; Ole Risom e Richard Scarry, *I am a Bunny*; Annamaria Gozzi e Violeta Lopiz, *I Pani d'Oro della Vecchina*; Dominique Kopp e Pierre Mornet, *Le kimono blanc*; Tom Seidmann-Freud, *Le voyage en poisson*.

### *L'illustrazione di copertina*

Può essere un'immagine che ritroviamo identica dentro al libro: insieme al titolo avrà un valore più iconico che narrativo. Oppure, più spesso, un momento extra-narrativo, con il/i protagonista/i e/o gli elementi della storia scontornati su fondo a tinta unita o su un fondo senza troppi elementi per lasciare spazio al titolo.

I personaggi possono essere ritratti in un momento di riposo, seduti o sognanti; oppure come in posa per una fotografia. Siccome la storia non inizia sulla copertina, se c'è azione, sembrerà un'azione con un tempo sospeso, come di chi corre in sogno senza andare da nessuna parte.

Font del titolo, grafica e illustrazione devono fondersi armonicamente, lasciando lo spazio perché tutti gli elementi possano “respirare”.

Ovviamente, i personaggi saranno sempre simpaticissimi, furbi come volpi, affascinanti, coraggiosissimi, bellissimi, oppure fragili e magri come giunchi, misteriosi, sognanti, delicati come petali di rosa, terribili, demoniaci: dobbiamo convincere il pubblico a entrare!

Le eccezioni alla presenza del protagonista in copertina significano sempre qualcosa. Sulla copertina di *Nel paese dei mostri selvaggi* di Maurice Sendak (Babalibri), Max, il protagonista, non c'è. Vediamo uno dei mostri dell'isola addormentato e, sullo sfondo, un fiume con la barchetta di Max accostata alla riva, vuota. Cosa significa? Che il mostro è il vero protagonista? Il mostro è forse l'alter ego di Max? E perché la barca è vuota? È una barchetta che aspetta ogni bambino che leggerà la storia? Ogni bambino è Max?

### *Quarta di copertina*

Il disegno può essere il *continuum* della copertina, oppure un disegno scontornato più piccolo, con valore decorativo o valore di commento alla fine della storia. Va lasciato lo spazio per un'eventuale sinossi.