

Edo Chieregato: La sfida di Canicola

Francesco Gai Via

19 Novembre 2014

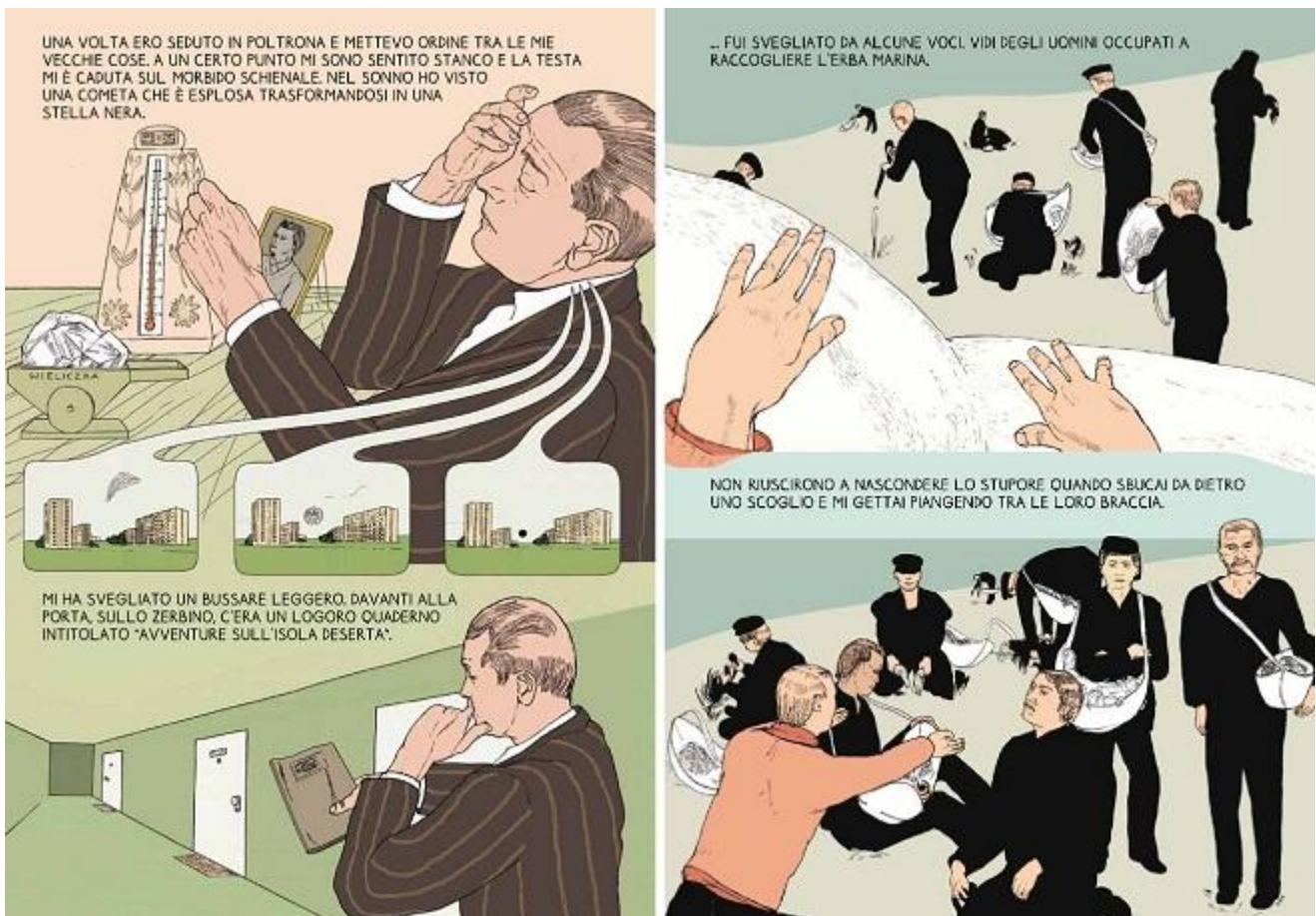
Un dato è innegabile. Negli ultimi anni il panorama dell'editoria italiana dedicata al fumetto si è fatto sempre più ricco e frastagliato. Di questo e molto altro abbiamo parlato con Edo Chieregato, fra i fondatori della bolognese Canicola, realtà fra le più significative sul piano non soltanto nazionale ma anche europeo e mondiale, che da dieci anni lavora con grande attenzione su artisti e proposte che sfidano convenzioni e generi.

Possiamo partire dal principio, dal quadro anagrafico e di contesto. Quando e come nasce Canicola ?

Dieci anni fa a me e Andrea Bruno è venuta la voglia di fare una rivista di soli fumetti che riunisse disegnatori laterali dalla forte personalità, distanti dalla parola d'ordine "graphic novel" e non ancora conosciuti (metà degli autori storici non avevano sostanzialmente ancora iniziato a fare fumetti). In quegli anni editori per lo più di area bolognese ([Black Velvet](#), [Coconino press](#), [Kappa edizioni](#)) stavano portando avanti un buon lavoro di traduzione di romanzi a fumetti, ma noi eravamo interessati alla dimensione del racconto breve e comunque a una narrazione non etichettabile, ci piaceva l'idea di una dimensione produttiva e narrativa intima e radicale sebbene non fossimo più dei ragazzini. Volevamo una rivista semplice, che facesse ricerca ma guardando alla tradizione, che potesse essere espressivamente libera senza porsi come antagonista di chissà che cosa.

L'oggetto di riferimento era la rivista slovena "[Stripburger](#)" (un classico formato a4 spillato) ma senza dircelo l'attitudine sotterranea era quella della rivista

“Mano” – curata nei bui anni novanta del fumetto da Giovanna Anceschi e Stefano Ricci – che lavorava su un posizionamento di rialzo e contaminazione del fumetto e a cui alcuni di noi avevano collaborato. Da subito l’atteggiamento di Canicola al fumetto è stato percepito come “freddo”, forse snob da qualcuno, quando invece accanto all’attenzione per il linguaggio c’era un calarsi empatico nel racconto. Furono fatte diverse prove di grafica di copertina, da Andrea, da Giacomo Nanni, da Davide Catania che è un ottimo grafico, che andavano tutte in una direzione di estrema sintesi. Alla fine fu scelta quella di Andrea, una grafica non grafica, che predilige un atteggiamento frontale e sintetico del disegno, con una bicromia a forti contrasti, e il titolo delegato alla calligrafia quindi al segno. Insomma senza rendercene conto avevamo riproposto una grafica classicissima alla “Linus”... (resa palese successivamente con l’inserimento dell’helvetica). Inserite le traduzioni in inglese dei testi a margine pagina eravamo pronti a farci conoscere anche fuori dall’Italia, dove guardavamo.



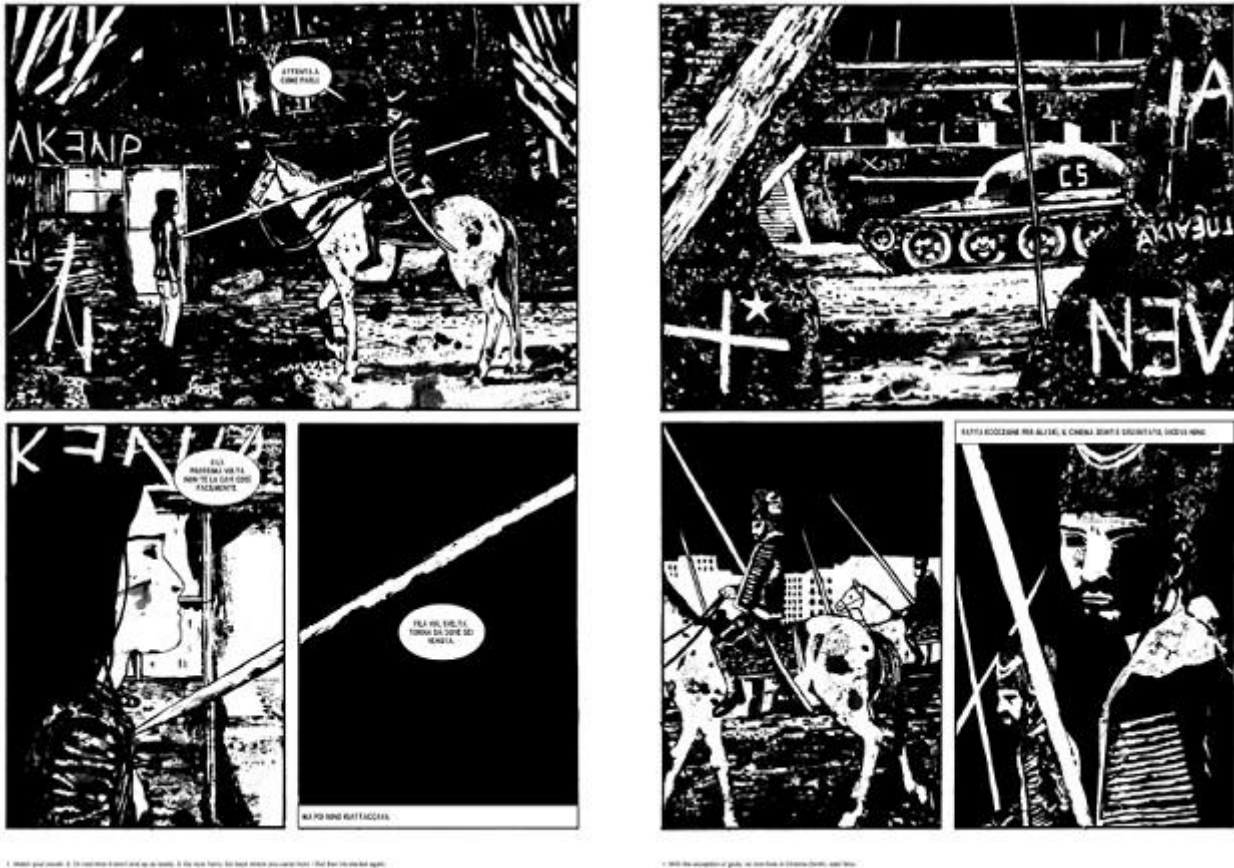
Oltre a editare autori internazionali e italiani, il gruppo di lavoro che ruota intorno a Canicola ha dato vita a una vera e propria factory in cui i ruoli sono molto fluidi

e mobili. Tu curi la casa editrice insieme a Liliana Cupido ma hai anche scritto la sceneggiatura dei racconti raccolti in Dormire nel fango per i disegni di Michelangelo Setola, altro membro della vostra redazione. Il primo capitolo di Cinema Zenit, una delle vostre ultimissime uscite, è scritto e disegnato da Andrea Bruno che regolarmente si occupa della grafica dei vostri volumi. Da questi elementi è evidente che Canicola non è una semplice casa editrice ma piuttosto un progetto condiviso. Che ruolo ha questa dimensione "comunitaria" in una realtà come la vostra?

Già al secondo numero della rivista è comparso quasi dal nulla il primo libro Canicola. Amanda Vähämäki che studiava a Bologna, e faceva parte del nucleo originario del progetto, ci propose [Campo di babà](#). Un libro estremamente intimo, disegnato a matita in un quaderno con le spirali, quasi un diario di finzione con un atteggiamento fresco e una forte necessità nel raccontare una storia che nel suo essere "minima" condensava con leggera profondità la sua condizione di straniera e di piccola Alice. Un *Fuori orario* al femminile, perfetto nella sua carica candida e innovativa poi apprezzata da editori di altri cinque paesi. Il gruppo di autori attorno a Canicola era coeso nonostante tutto e per qualche anno si è respirata una buona energia creativa. Sono arrivati riconoscimenti nazionali e internazionali, si sono prodotti altri libri e numeri della rivista. Il premio ad Angoulême come migliore "BD Alternative" nel 2007, lo stesso anno in cui Gipi vinceva con [Appunti per una storia di guerra](#) come miglior libro, è stato forse il punto di svolta dopo il quale l'energia collettiva ha iniziato a ritirarsi in una posizione di inerzia.

Nel 2008 con il sesto numero della rivista abbiamo deciso di sciogliere il gruppo e dare vita a un progetto che è quello attuale, da progetto di gruppo siamo diventati un progetto di area. Canicola è costituita da sempre come associazione culturale, e sempre più oggi concepisce i suoi progetti in una dimensione complessiva che prevede azioni diverse (esposizioni, presentazioni, workshop, comunicazione, promozione all'estero, ecc.) attorno alle pubblicazioni. E' una realtà familiare, con forte propensione artigianale alla produzione e un atteggiamento a metà tra autoproduzione e conquista dello spazio. E' curata e gestita da me e Liliana, che lavoriamo a casa nostra e ci occupiamo di tutto. Andrea Bruno e Michelangelo Setola sono parte della famiglia in un coinvolgimento organico dove curatela, grafica, e tanto altro ancora si mescolano grazie a un rapporto di reciproche competenze e sensibilità oltre che di amicizia

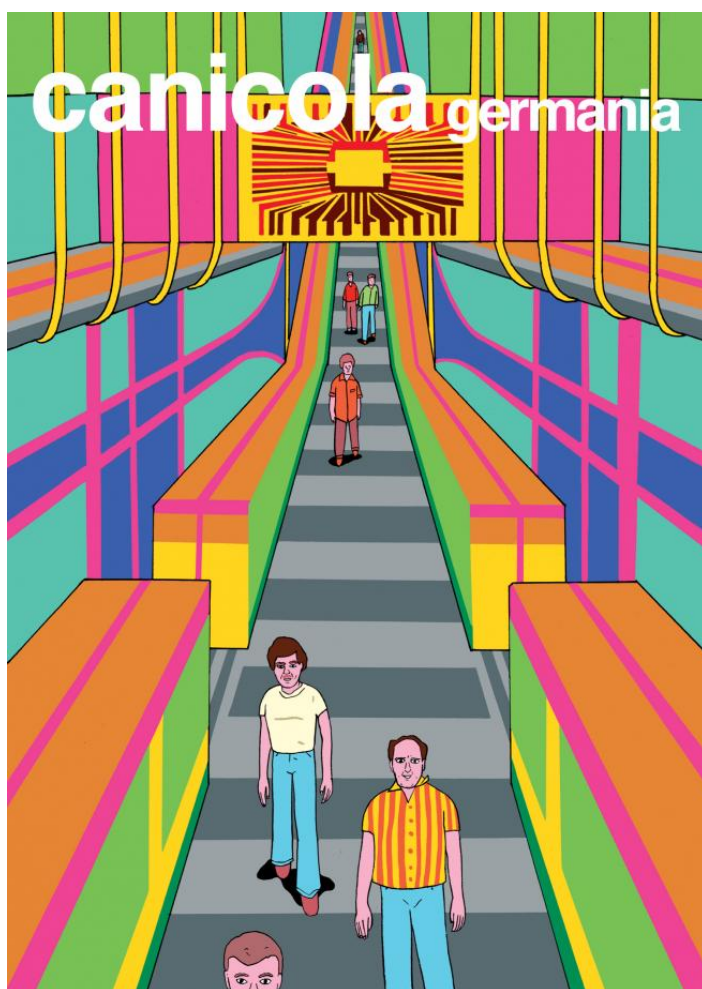
pregressa. Agli autori fondatori che sono usciti ma che hanno mantenuto un rapporto di collaborazione, si sono sostituiti altri autori, come Vincenzo Filosa e Anna Deflorian, che oltre alla realizzazione di storie e libri si dedicano alla redazione, con traduzioni, progetti di grafica, rilanci di diversa natura.



La sensazione che si ha leggendo i vostri libri, pur nelle differenze anche radicali che li caratterizzano, è quella di trovarsi di fronte a un unico grande universo poetico. Ciascun autore si distingue per una ricerca forte e personale sulla narrazione e il segno grafico ma tutti sembrano essere accomunati dal desiderio di esplorare e raccontare quello che appare come un mondo dopo la fine del mondo, in cui l'umanità sopravvive come sospesa nel vuoto della fine della Storia. Hai voglia di raccontarci la visione che vi guida nella scelta delle opere che pubblicate?

E' giusta la tua osservazione. Già il primo numero di Canicola, che fu molto seminale nel dire chi eravamo e forse siamo ancora, definisce una "poetica"

comune. Nell'anno in cui abbiamo tenuto riunioni periodiche per comprendere come doveva essere la nostra rivistina, è emerso via via un sentire che dieci anni fa fotografava e proponeva una lettura del reale in qualche modo apocalittica. Non era underground dissacrante, non era fantascienza, non era graphic journalism ma cartina di tornasole di un presente. Violenza, morte, dopobomba, anaffettività, riunivano le storie di quel numero e il primo, bellissimo racconto di Giacomo Nanni, "Search&Destroy", l'ho sempre ritenuto una sorta di manifesto inconscio di Canicola, il parto di un collettivo che attraverso storie di finzione definiva la percezione di un tempo. Un sentire probabilmente identitario che ancora oggi ci guida nelle scelte editoriali. Ma in realtà noi non cerchiamo storie "della fine del mondo", semmai individuiamo autori e artisti, segni e attitudini narrative, che in forme diverse definiscono spesso un sentire comune o come dici semplicemente "un mondo". Credo che il catalogo di Canicola riunisca opere alla maniera del primo Adelphi. Calasso parla di "libri unici" nel definire l'essenza di unione tra libri così diversi come quelli in catalogo, ovvero di opere che hanno un rapporto di fortissimo legame con l'esperienza dell'autore. In questo, fuor di presunzione e a posteriori, credo si possa paragonare il nostro catalogo. Ma per noi, quasi sempre, ancor prima del racconto, è il segno, la personalità e il raccontarsi dell'autore attraverso la forma, che ci attrae da subito e ci fa capire che dobbiamo cercare di pubblicarlo, dobbiamo difenderlo.



In Italia in questi ultimi anni si parla spesso di un reale o presunto rilancio del valore culturale del fumetto, che grazie ad alcuni autori avrebbe promosso la nona arte al rango di consumo culturale diffuso e condiviso. Canicola lavora su un approccio "avanzato" al fumetto, che dialoga con l'underground in cerca però non di facili sensazionalismi o compiaciute marginalità ma di una visione alta che è il distillato di un lavoro di ricerca profondo e autentico. Qual è il tuo giudizio sull'attuale panorama italiano e che posizione vi occupa oggi a tuo avviso Canicola?

In Italia abbiamo una gloriosa tradizione di grandi autori e oggi il numero di giovani di grande potenziale è enorme. Le evoluzioni dell'ultimo decennio sono state molto dirompenti e formative per tutti, ma il potere dell'editoria e della comunicazione possono essere molto appiattenti e deformanti per le poetiche in erba. Le cose migliori sono nell'autoproduzione che è sempre più viva, ma i progetti editoriali che fanno cultura sono troppo pochi. Canicola zampetta in una

man's land che ha bisogno di traghettatori, non siamo un editore alla moda, non facciamo graphic novel rassicuranti. Il paradosso inoltre è che in Italia dentro al fumetto la nostra proposta viene percepita male: o "alta", sofisticata, e quindi quasi fastidiosa, oppure "bassa" in quanto altra da quanto ci si aspetta da un buon fumetto in termini di disegno e/o racconto; nello stesso tempo, facendo fumetti, Canicola si scontra con una reticenza culturale che c'è ancora rispetto al medium per cui chi è cinefilo vede i film, chi ama la letteratura legge romanzi (generalizzando ovviamente ed escludendo i casi editoriali dei Gipi e poco altro). Oggi stiamo cercando di crescere assieme agli autori e i loro progetti. Stiamo cercando di cavalcare il meglio della produzione contemporanea alternando opere più estreme e per noi necessarie (come ad esempio l'ultimo [Avventure sull'isola deserta](#) del polacco Maciej Syeńczyk) ad altre in cui investire su autori italiani, in certi casi giovanissimi, in grado di proporre una visione nuova, anche pop, ma in cui riconoscere una nostra identità editoriale. Cerchiamo di aprire e di aprirci.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.

Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

canicola

