

IL LIBRO "TIRA" SE SI AZZECCA LA COPERTINA

T

◆ Igor Traboni

ra i fenomeni editoriali italiani più citati e studiati (con vari tentativi di imitazione) quello della casa editrice **minimum fax** è probabilmente quello che ricorre il maggior numero di volte. E non a torto: in neanche vent'anni di vita, la casa editrice romana ne ha fatta di strada da quella rivistina letteraria mandata via fax (ecco il nome della **minimum**) da Marco Cassini e Daniele Di Gennaro, allora due baldi giovanotti e ora, fatta salva l'anagrafe, coerentemente attaccati ad una certa idea di letteratura, nonché saldamente ancorati ai conti da tenere in ordine. Lo stesso Cassini ha raccontato al meglio (ovvero romanzando il tutto) questa esperienza in *Refusi, diario di un editore incorreggibile*, uscito tre anni fa per la collana Contromano di Laterza.

Ecco allora che arriva come il classico cacio sui maccheroni questo nuovo *Fare i libri. Dieci anni di grafica in casa editrice*, a cura di Riccardo Falcinelli e pubblicato ovviamente dalla **minimum fax** (pp. 175, € 15).

Non siamo all'autocelebrazione - fermo restando che, nel caso, non è che poi ci sarebbe nulla di male - ma ad una 'illustrazione' in tutti i sensi (il libro è meraviglioso nel suo apparato grafico e assolutamente da regalare a quanti amano l'argomento) di come si fa un libro, di quello che c'è dietro e soprattutto 'dentro' un insieme di pagine. Falcinelli racconta come solo un maestro di grafica può fare (insegna Comunicazione visiva all'Università di Roma, ha progettato libri e collane per i maggiori

editori italiani e da dieci anni è art director di **minimum fax**), ma poi questo libro diventa un compendio di tutto il lavoro editoriale, grazie ai contributi che infarciscono le eleganti pagine e scritti dagli stessi Di Gennaro e Cassini, dal direttore editoriale Martina Testa, dal responsabile dell'ufficio stampa Alessandro Grazioli e dal caporedattore Dario Matrone.

«È un racconto - spiega Daniele Di Gennaro - che procede secondo un percorso duplice: da una parte una sequenza verticale per le diverse collane, dall'altra una descrizione orizzontale del lavoro grafico visto dalle diverse prospettive dei professionisti della casa editrice». Succede così che anche un editore come Di Gennaro (benché la **minimum fax** sia ancor giovane ha poi saputo diversificarsi e abbraccia ora vari settori editoriali) grazie alla grafica - e dunque alla preparazione di questo volume in particolare - (ri)scopra un amore nuovo: «Ho conosciuto da editore un nuovo orgoglio, nell'incassare un giudizio entusiastico, di persona o tramite la recensione di un critico, sulle scelte grafiche e sull'efficacia di una copertina».

Le scelte di Falcinelli scorrono pagina dopo pagina, tutte motivate, e accompagnano il lettore attraverso le varie collane, fanno capire perché questa copertina piuttosto che un'altra, perché un paesaggio, una sveglia o un coniglio ad accompagnare il lettore nella scelta - anche d'impatto e visiva - di un libro e non di un altro. C'è poco da fare, come sanno tutti quelli che frequentano le librerie (e soprattutto le piccole e indipendenti, dove la confusione regna sovrana in quello che però è un ordine mentale): i libri della **minimum fax** si riconoscono già dalla copertina. «Ecco cosa intendo - spiega meglio Falcinelli - quando dico che la copertina deve somigliare all'editore: ciascun editore propone il libro all'interno di una precisa strategia culturale, estetica, commerciale».

C'è spazio anche per qualche

aneddoto, curioso e divertente, come quello della progettazione della collana 'classics' che ancora Falcinelli ripercorre così: «Gli editori mi suggerirono l'idea di una veste 'rovinata', cosa che andava molto di moda negli anni Novanta. Così controproposi: facciamo finta che siano dei libri che il lettore cercava da tempo e che alla fine ha trovato su una bancarella. Ma mi lasciai prendere troppo la mano e, anziché limitarmi a una scherzosa citazione, lavorai di cesello e di illusionismo. Il distributore rimandò indietro una cassa di libri con su scritto "copie parzialmente danneggiate". Trionfo del grafico, gloria del *tromp l'oeil* e rovina dell'editore».

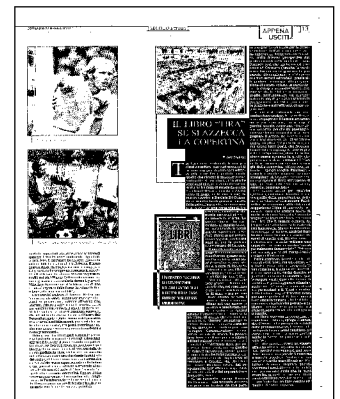
Potrà sembrare banale, o addirittura presuntuoso, ma un editore - e quindi il grafico che ne disegna la linea come se si trattasse del modello di una nuova auto da far digerire al mercato - deve anche chiedersi quale respiro vuole dare alle pagine di un libro. E potrà apparire elitaria e anche un po' snob la ricercatezza dei particolari o il 'fuori e dentro' della lente di ingrandimento usata per una copertina di Fallace, così da farci stare in pratica... tutto il libro, ma sono sempre scelte pensate e calibrate, arrivassero pure da una chiacchierata tra amici e colleghi in trattoria.

«Il libro sostiene la copertina, la copertina il libro», spiega Alessandro Grazioli che poi questi volumi deve promuoverli tra i giornalisti, un tipo di lavoro assai cambiato nel corso degli anni «proprio perché anche la copertina può essere notiziabile».

In tutto questo, ovvero un viaggio affascinante con biglietto di sola andata perché non vorresti mai scendere, la cura artigianale è massima e non c'è traccia di 'industrializzazione' e sterile mercificazione. E al lettore davvero dispiace quando scorrono i titoli di coda, altro artificio grafico-editoriale che la **minimum fax** ha scelto di mettere alla fine di ogni libro, per dar conto di tutti quelli che hanno dato respiro alle pagine. Senza comparse.



UN GRAFICO RACCONTA
GLI STRATAGEMMI
DEL SUO LAVORO DI ART
DIRECTOR DELLA CASA
EDITRICE DI SUCCESSO
MINIMUM FAX



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.