

2 DICEMBRE 2011

A chi assomiglia una copertina

Riccardo Falcinelli fa da art director per minimum fax. Ha curato *Fare i libri*, dove la casa editrice racconta dieci anni di scelte grafiche

Non è vero che i libri si giudicano anche dalla **copertina**: i libri si giudicano *soprattutto* dalla copertina. “Anche chi dice di non badare a queste cose lo fa perché non si rende conto del loro potere di suggestione”. Lo sa **Riccardo Falcinelli**, designer di libri per Einaudi, Laterza, Newton Compton, e che a “disegnare” i libri scritti da altri lavora come art director a minimum fax. Di volume sul tema ne ha scritto da poco — o meglio curato — uno lui.

A raccontare il lavoro grafico che ogni opera richiede è arrivato a fine novembre **Fare i libri**, che ripercorre dieci anni di comunicazione visiva alla **minimum fax**. Un *dietro le quinte* della casa editrice a cui partecipano anche direttori, redattori e ufficio stampa, per raccontare il processo che sta attorno (e in testa) alle pagine di un testo. A partire appunto dalla prima.

“La scelta iniziale spetta all’editore, che decide in che modo pubblicare un certo titolo: in quale collana, a che prezzo, con scelte ‘di lusso’ o meno”, spiega Falcinelli, il curatore del volume, che oltre al lavoro editoriale insegna Comunicazione visiva alla Sapienza di Roma. “Poi la palla passa al grafico”. Le variabili a questo punto sono molte: mezzi, stile, toni. Un libro può trasmettere **senso di novità**, quando su uno scaffale deve spiccare, oppure dare l’idea di una **serialità**: è il caso dei classici — o dei titoli che vogliono rappresentarsi come tali — che vogliono comunicare di appartenere già a una “biblioteca ideale”. Certo è che “Sui libri non funziona quel che vale sul **packaging** di un succo di frutta: se gridi troppo rischi di sembrare volgare”.

Eppure, minimum fax è conosciuta anche per i **colori decisi** di alcune sue opere, tratto distintivo della collana di narrativa italiana contemporanea. Tutto dipende dai fini.

“Da una parte si deve ovviamente seguire il testo — spiega ancora Falcinelli — dall’altra i libri devono anche assomigliare all’editore: farsi riconoscere, dire ai lettori che si possono fidare. Qui ad esempio è la cosa più importante”.

Nonostante la notorietà crescente (e un fatturato superiore ai 4 milioni di euro nel 2010) minimum fax continua a definirsi una **“casa editrice indipendente”**, perché fuori dai grandi gruppi editoriali. È nata a Roma nel 1994 e pubblica oltre a saggistica e romanzi del Novecento americano (Barth, Carver, Yates) alcuni autori della **Generazione TQ**, il movimento di lavoratori della conoscenza nato l’estate scorsa (Lagioia, Raimo, Vasta).

Nondimeno, per una casa giovane, l’originalità delle scelte e la riconoscibilità valgono molto, a costo di qualche inconveniente.

Un episodio raccontato riguarda la **veste grafica** della collana *minimum classics* (il primo era *Ritorna, Dottor Caligari* di Donald Barthelme). Per loro l’idea era dare un’impressione di vissuto, come fossero libri di seconda mano trovati su una bancarella dell’usato. “Per questo abbiamo aggiunto rovinature, finti ritagli di scotch, macchie: l’abbiamo fatto così bene che il **distributore** ci ha rispedito una cassa di libri, perché ‘parzialmente rovinati’”. Dal titolo successivo la veste era cambiata.

Nei vari passaggi, il numero di **bozzetti** presentati a titolo può così superare anche i 5-6. Nella decisione finale sono coinvolti a volte l’autore e perfino, per i libri dal potenziale maggiore, la rete vendite. “Per ultimo la grafica deve anche assomigliare ai **lettori** a cui si rivolge”, dice l’art director. Per questo a titoli uguali corrispondono immagini diverse, che rispecchiano gusti e capacità di spesa diversi — basti pensare alle varie serie economiche. “Nel lavoro la cosa che aiuta di più è leggere tanto: stare nella testa degli editori e dei lettori allo stesso tempo. Una copertina ben fatta non è quella che convince di più, ma quella che meglio riflette l’**idea di libro**”.

La copertina, quindi, più che contare a livello commerciale — “molto nella narrativa, meno per i saggi” — deve saper **comunicare**.

“Serve a ribadire che un certo libro risponde a una precisa idea culturale, a un progetto, e non a una tipografia interessata solo a stampare”, conclude Falcinelli.

Ai lettori giudicare l’efficacia delle scelte di *Fare i libri*, a metà tra memoir editoriale e manuale illustrato.

Edoardo Bergamin

© Riproduzione riservata

Immagini: due illustrazioni di Riccardo Falcinelli per i libri di Giuseppe Genna *Italia De Profundis* e *Assalto a un tempo devastato e vile* (minimum fax, 2007 e 2009)

Per approfondire:
[Il libro presentato dalla casa editrice](#)

MAPPA DEL SITO | **RSS**

DIRETTORE EDITORIALE LUCA BALLARINI | BELLISSIMO ® / LABEL SRL | VIA REGALDI 7 INT 12/A 10154 TORINO | P.IVA 08081430012 | TUTTI I DIRITTI RISERVATI