



Archetipi, cortocircuiti, provocazioni

Le copertine di Maurizio Ceccato
commentate dai ragazzi del corso di Oblique ott-dic 2007

“Descrivere dal punto di vista grafico, utilizzando un linguaggio professionale e tenendo conto del formato e della collana in cui è inserita, una copertina a scelta tra quelle mostrate da Maurizio Ceccato a lezione. Scrivere la descrizione in massimo 2500 battute”.

Guillermo Arriaga
Pancho Villa e lo Squadrone Ghigliottina
Fazi editore, 2006



Anna Voltaggio

La copertina ha l'obiettivo preciso di creare l'identità del libro e di ricondurre a quella dell'editore. È l'elemento che separa l'interno dall'esterno, rappresentando la frontiera che unisce e separa il dentro dal fuori.

Per questo libro, Maurizio Ceccato, ha scelto di creare un disegno, con stile da fumetto, cruento e ironico: su uno sfondo nero lucido. Uno scheletro quasi a mezzobusto, con la barba incolta e un ciuffo ribelle che spunta dal sombrero, con un fucile in spalla e una cartucciera piena di proiettili, che si accarezza, provocatorio, i grandi baffi a punta. Questo disegno è inserito a sua volta in una cornice gialla (in una tonalità vicinissima all'oro), lavorata e fastosa. In fondo alla copertina, il logo Fazi Editore, dorato come la cornice, in posizione centrata.

La scelta di utilizzare il teschio è motivata dal riferimento al titolo del libro, e l'abbigliamento, gli accessori e la posa che lo caratterizza sono un chiaro riferimento al Messico e alla sua simbologia, così come la scelta dei colori dai toni brillanti (giallo, rosso, blu, arancione).

I colori e gli elementi del disegno trovano riferimenti nel folclore messicano, creando un legame forte con il contenuto del libro e al tempo stesso imprimendo un'identità di forte impatto visivo.

Il soggetto è comunque sdrammatizzato sia dal tratto fumettistico che dalla posa, che attribuiscono all'immagine una prepotenza ironica.

La cornice dorata è l'elemento aggiunto che crea stupore e al tempo stesso restituisce serietà al disegno, svincolandolo dalla categoria fumettistica. La scelta di un modello barocco sottolinea ancora una volta la ridondanza del folclore messicano.

Nel complesso risulta una copertina di forte impatto, particolarmente adatta a questo libro anche perché si tratta di racconti e non di un romanzo (che magari presuppone una lettura più approfondita dei suoi significati e si sarebbe potuto discostare da un disegno così caratterizzato), individuabile tra tante altre (così si identifica l'editore) e attrae il lettore senza depistarlo rispetto al contenuto.

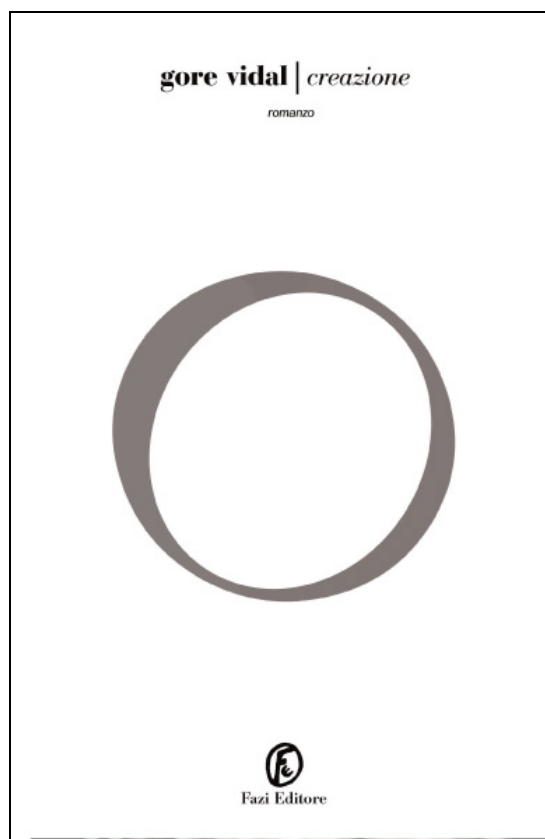
*

Luigi Scaffidi

La scelta di Fazi Editore per il piatto di copertina di *Pancho Villa e lo Squadrone Ghigliottina* di Guillermo Arriaga sembra servirsi dello stereotipo come risorsa, facendo ricorso a un'associazione di natura folcloristica che, ben costruita, risulta d'innegabile efficacia dal punto di vista concettuale ed espressivo. Il ritratto caricaturale di un rivoluzionario messicano – o forse dovremmo dire la caricatura fatta ritratto – occupa la maggior parte della coperta. Sul lutto del fondo nero, brillano l'oro, le volute e il rilievo della cornice barocca che finge di conferire dignità alla comica immagine. Come uno di quei orgogliosi ritratti che rendono omaggio agli “illustri” della storia di un popolo, il primo piano di questo scheletro rivoluzionario, che si liscia i folti baffi con fare distinto sotto la tesa del sempre presente sombrero, sorprende chi lo guarda, diverte e al tempo stesso provoca sgomento, sentimento che costituisce di per sé un'altra faccia dello stereotipo de *lo mejicano*. I simboli del *topico* vengono qui condensati e manipolati in modo faceto e ironico: il culto ancestrale alla morte, la sua prossimità affettiva e la familiarità con la quale si trattano *los muertitos*; il rivoluzionario, sempre armato di fucile e “salvatore della patria”, al costante servizio dell'ennesima *Revolución*, sempre e inevitabilmente fratricida; l'intensità e molteplicità dei colori, simboli di celebrazione e comunione con la terra, con la natura, con un intorno vivo di aromi, dove è possibile conoscere il tatto e il sapore di ogni cosa a prima vista; l'altro Messico, eternamente parallelo, quello degli oggetti raffinati d'oltreoceano, i mobili, gli specchi, le statue nel giardino, fortune condannate a passare di mano in mano “cuando otro muera por ti”. Lo scherno della *muerte andante* che ci osserva provocatoriamente dal suo trono dorato, la morte come ultimo eroe della Rivoluzione, appare una scelta riuscita per presentare un'opera che lo stesso autore descrive come “umoristica e ironica”. Guillermo Arriaga si confessa “ossessionato” dalla morte, dall'assenza e dal peso dei morti sui vivi, costanti nell'universo creativo messicano dell'ultimo secolo, sintetizzato nella cosiddetta *filosofia de lo mejicano*, che continua a manifestarsi e vivere nelle opere di giovani autori.

In conclusione, risulta sempre curioso osservare come divergono le scelte grafiche per le distinte edizioni di una stessa opera, dipendendo dal paese di pubblicazione, in questo caso Messico – prima edizione in lingua originale – e Italia. In contrapposizione all'edizione italiana, la messicana opta per la sobrietà, la fedeltà alle immagini della storia e il romanticismo della Rivoluzione, mettendo in secondo piano il carattere dell'opera: la vicenda dell'avvocato-inventore che, per vendere a Pancho Villa la sua perfezionata ghigliottina, finisce invece per vendere la propria anima alla rivoluzione messicana.

Gore Vidal
Creazione
Fazi editore, 2005



Laura Perilli

La celebrità del nome dell'autore del romanzo è stata una discriminante fondamentale nell'ideazione grafica della copertina. Infatti il titolo *Creazione* apre moltissime strade dal punto di vista creativo: da immagini comuni e reiterate come il fulmine e la tempesta, a immagini classiche come la *Creazione di Adamo* di Michelangelo con una copertina che raffiguri il famoso sfiorare della mano di Dio con quella di Adamo. Ma Ceccato ha potuto contare sulla forza del nome "Gore Vidal" intuendo la carica attrattiva già contenuta al suo interno, la quale parla da sola e dunque non ha bisogno di una raffigurazione "strillata" o altamente evocativa del concetto di "creazione".

Puntando su questa forza intrinseca, il grafico si è potuto permettere di tornare a quelli che lui chiama "archetipi", forme ultime e indivisibili, portatrici di significato.

È partito dall'idea dell'*uroburo*, il serpente che si morde la coda, simbolo del ripetersi eterno delle cose, dell'infinità. Il disegno, ripetuto su varie superfici in attesa dell'intuizione, ha gradualmente cominciato a perdere le caratteristiche dell'*uroburo* risolvendosi in una circonferenza, dunque avvicinandosi sempre di più alla sua forma archetipica.

Individuata nella carta stagnola la superficie perfetta, Ceccato ha ritagliato la figura finale scaturita dalle varie prove, ovvero una circonferenza di spessore irregolare che sfiora, ma non raggiunge appositamente, la simmetria tra Nord-Sud ed Est-Ovest. Quell'immagine ritagliata era la sua copertina, non c'era bisogno di altro.

La realizzazione dunque è avvenuta su sfondo bianco, con l'immagine ideata da Ceccato precisamente al centro, tra il titolo e il logo di Fazi Editore. Il fatto che il disegno sia di colore argento impone la necessità di utilizzare una tecnica differente rispetto ad immagini in colori pantone che vengono

stampate in quadricromia o a immagini in bianco e nero. L'argento, come l'oro, ha bisogno di un trattamento speciale in quanto non si forma con la combinazione dei pantoni, ma è un colore autonomo, per questo anche più costoso. Inoltre l'immagine si presenta in rilievo rispetto al fondo e l'effetto si realizza attraverso l'utilizzo della carta tamburata.

Il risultato finale è quello di una copertina semplice, apparentemente scarna che però attraverso un'analisi attenta rivela tutta la sua ricchezza, nella forza simbolica del disegno di Ceccato e nella portata del nome dell'autore (un altro, meno celebre, avrebbe necessitato di una raffigurazione meno discreta, più impattante, per compensare la minor di forza del suo nome).

*

Livia Pierini

I libri di narrativa di Gore Vidal della casa editrice Fazi hanno tutti il fondo rigorosamente bianco, il nome e il titolo dell'opera sono scritti in alto, con caratteri tondi, sobri, discreti, tutti minuscoli; il logo della casa editrice è in basso. *Palinsesto*, pubblicato da Fazi nel 2000, aveva una fotografia dell'autore ad occupare tutta la prima pagina di copertina, ma si è trovato qualcos'altro per le pubblicazioni successive: sul fondo bianco del piatto di copertina c'è sempre, al centro, una figura di proporzioni modeste rispetto al formato del libro (classico e maneggevole). Unica eccezione la copertina di *Impero* (del 2002) con un'aquila in bianco e nero che occupa gran parte della prima di copertina, compreso il bordo (com'è noto l'aquila è il simbolo dell'impero romano e di quello americano moderno); eccezione che però non stona, anzi sembra quasi rimandare all'atto di nascita e all'unico modo in cui un impero può esistere: l'invasione di spazi altrui. L'immagine può essere a colori (la tv anni '50 di *Duluth*, la piccola e divertita pin up di *Myra Breckinridge* del 2007), o nei toni del bianco e del grigio (il luminescente corpo maschile visto di spalle di *Il giudizio di Paride*, il cerchio di *Creazione*, entrambi del 2007).

Per ogni pubblicazione bisogna inventare soluzioni nuove, pensate ciascuna in relazione al singolo libro: trovare un'idea, che si adatti alla collana a cui appartiene, rispettando le sue caratteristiche principali (formato, colori, caratteri, fondo bianco con una piccola figura al centro) – come ogni buon progetto grafico di collana editoriale impone di fare, nell'interesse del libro, per la sua immediata riconoscibilità – oppure (in parte) le tradisca, anche a rischio di disorientare il potenziale acquirente-lettore, per sorprendere.

Maurizio Ceccato ha scelto per *Creazione* un'immagine essenziale, un cerchio, che lo stesso grafico definirebbe “figura chiusa”, “archetipo”, “logo”, nel senso di una figura comprensibile a tutti, presente nell'immaginario collettivo universale (nell'iconografia occidentale come in quella orientale), che tutti possono decodificare, descrivere con parole diverse che l'immagine comprende tutte in sé. È difficile fraintenderla – come l'uovo di Piero della Francesca – o non si nota affatto o si sa cos'è, si intuisce, non è necessario ragionarci su. Per questo la copertina “funziona” e richiama la nostra attenzione: in fondo siamo attratti da ciò che conosciamo, o crediamo di riconoscere.

*

Salvatore Santorelli

L'immagine di copertina è centrata, in tonalità di grigio e posizionata su uno sfondo interamente bianco. Provando a scomporla, si notano i due elementi geometrici che la costituiscono: un cerchio (dato dal contorno esterno), e al suo interno una figura ovale simile allo zero “0”. Quest'ultima, essendo leggermente inclinata verso il lato destro della copertina, taglia il suo “contenente” in maniera obliqua conferendo all'immagine un dinamismo (sembra stia ruotando) che toglie all'osservatore qualsiasi punto di riferimento stabile. Su un piano formale, il dettaglio del movimento e della mancanza di equilibrio è essenziale. Infatti, se da un lato la copertina può dirsi simmetrica (come abbiamo visto, dal testo alla

figura, passando per la marca tipografica, tutti gli elementi sono perfettamente centrati), la rotazione del cerchio introduce un effetto visivo di disturbo che viola la suddetta simmetria. Viene a crearsi così una dialettica grammaticale (simmetria/asimmetria) che ricorda l'impostazione di copertina della casa editrice minimum fax, il cui bianco, tra l'altro, è una citazione Einaudi. Del resto, anche in questo caso, sono riscontrabili una serie di caratteristiche tipicamente einaudiane (la sobrietà, il cromatismo bianco, la luminosità, l'immagine centrata) che fanno della copertina di Ceccato un modello di essenzialità e di purezza visiva. Ora, il tema della forma irriducibile (immediatamente comunicativa), tanto caro al nostro grafico, è qui ben rappresentato. In effetti, l'immagine circolare raffigurata sull'opera di Gore Vidal, *Creazione*, si ispira alla figura dell'Oroboro: il serpente che mordendosi la coda forma un circolo infinito, quello del tempo, della vita che si rinnova attraverso la ripetizione, dell'eterna continuità della creazione. In conclusione, Ceccato riesce a catturare il quesito principale che attraversa il libro dello scrittore americano ("Come è stato creato l'universo?") in una forma "archetipale" qui intesa come istantanea del momento fondatore.

*

Sara Trabalzi

Sfondo bianco. Al centro: un cerchio d'argento. È la copertina di *Creazione*, opera di Gore Vidal, vestita per Fazi da Maurizio Ceccato.

Essenziale, archetipica. Ma non basta. Per quest'opera Ceccato scava nell'immaginario universale, arcaico, allo stesso modo in cui l'autore ci riporta al "passato storico più suggestivo e fascinoso" (*il Tempo*), costruendo un dialogo con le figure più rappresentative di questo passato: Socrate, Confucio, Buddha, Ciro, voci orchestrate per un unico tema: com'è nato l'universo?

La copertina, si diceva. Per un'opera che porta in sé un bagaglio storico e culturale così vasto e remoto, Ceccato non poteva che rifarsi alle forme pure, originarie, embrionali ed eterne.

Difficile non pensare all'Uroburo, il serpente che si morde la coda, simbolo alchemico e della ciclicità del tempo. E cos'è la creazione se non qualcosa che sempre ritorna e che accompagna l'esistenza dell'uomo fin dai suoi primordi? Un cerchio, una linea che non si spezza, un ovulo. Basta questa forma elementare eppure carica di significati a dare un volto all'opera. L'argento sul fondo bianco rimanda al sacro, alla luce, a quella dimensione da cui, da sempre, l'uomo immagina abbia avuto origine la vita.

Un'immagine come questa sembra andare in controtendenza rispetto ad un gusto che preferisce, per i libri, una veste che rimandi piuttosto all'illustrazione, alla Graphic Novel (recente scoperta italiana, con colpevole ritardo).

Ma un testo come quello di Gore Vidal non potrebbe essere rappresentato da tendenze contingenti. Dettaglio non trascurabile: il cerchio argenteo (punzonato) voluto dal grafico non ha una linea perfettamente sferica. Più spessa in alcuni punti, meno in altri, come a voler conferire un senso di movimento all'interno di qualcosa eternamente uguale a sé stessa. "Tutto muta restando immobile", sembra dirci.

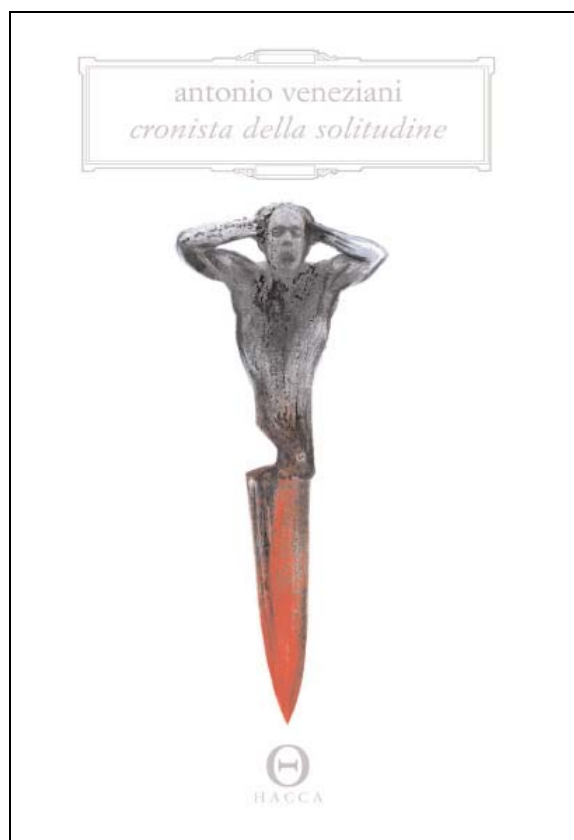
*

Stefania Arlotti

Innanzitutto occorre dire che si tratta di un romanzo inserito nella collana "Le strade", che si occupa di narrativa straniera contemporanea ed annovera al suo interno voci importanti e originali, passando da uno scrittore cult del calibro di John Fante alla 'visionarietà' dello sceneggiatore-scrittore messicano Guillermo Arriaga. La copertina del libro *Creazione* è minimale, sobria e comunicativa nella sua essenzialità: un cerchio, o una O, leggermente inclinato e bombato ai lati, di colore argentato e in rilievo, poggiato su uno sfondo completamente bianco. Per il lettore che prende in mano il libro e passa la

mano sulla copertina la sensazione è quella di una superficie liscia intervallata ad un certo punto da una linea circolare e viene spontaneo, quasi automatico, passare il dito sopra questo cerchio seguendo la sua circolarità più e più volte, come a disegnare una spirale infinita. Il titolo, *Creazione*, richiama appunto l'idea di infinito, di eterno e l'immagine "creata" per questo contenitore-libro rappresenta bene, a mio avviso, l'idea contenuta nel romanzo: la creazione dell'universo. La simbologia del cerchio racchiude in sé l'idea dell'eterno ritorno, la ciclicità degli eventi che si ripetono nel tempo a distanza di secoli, le società nascono, si sviluppano, invecchiano, muoiono secondo un modello comune e questo è un concetto che sta alla base di molte dottrine filosofico-religiose, soprattutto quelle genericamente dette "orientali". Osservando i libri contenuti nella collana "Le strade", mi verrebbe da dire che questa immagine ha poco a che vedere con quelle impresse nelle altre copertine ricche di particolari e molto colorate, proprio per il minimalismo che la contraddistingue; ma è pur vero che il tema complesso che il romanzo affronta richiede, forse, il supporto di un'immagine che sia immediata e fruibile al lettore che sta per approcciarsi al presente testo.

Antonio Veneziani
Cronista della solitudine
Hacca, 2007



Antonella Costa

Maurizio Ceccato realizza il progetto grafico della casa editrice Hacca. Tutto è molto sobrio ed elegante a partire dal logo, in cui una forma circolare chiusa racchiude una lettera “H” fortemente stilizzata che potrebbe essere una “T” capovolta a novanta gradi. Nella parte superiore del piatto di copertina, per il nome dell’autore e il titolo il grafico sceglie un carattere semplice e longevo come il Simoncini Garamond, tutto basso. Questi due elementi sono racchiusi da una cornice stile liberty per cui Ceccato si è ispirato al marchio della casa editrice musicale specializzata in classica Deutsche Grammophon. Essenziale anche la scelta del colore delle copertine, bianche con gli elementi tipografici in argento. La carta non è plastificata, ma tamburata, simile a quella dei cartoncini *bristol*. Poiché la copertina si sporca facilmente chi tocca il libro lascia le impronte, segno del suo passaggio, e vi incide una sorta di storia tattile. L’illustrazione, sfondata su bianco, scontornata, è costituita sempre da un disegno. Per la copertina del romanzo di Antonio Veneziani, *Cronista della solitudine*, il grafico sceglie un’immagine forte, capace di entrare in un rapporto simbiotico con il titolo e di amplificarlo. Verticale, perfettamente centrata, la rappresentazione di un coltello, che con la punta della lama arriva a scalfire il logo. Il rosso vivo della lama è un richiamo immediato alla violenza della solitudine e alle ferite non rimarginabili che genera. L’impugnatura dell’arma è costituita dal busto di un uomo, raffigurato in una posizione fortemente drammatica, con le braccia alzate e le mani alla testa. Nonostante sia in posizione frontale l’uomo non “guarda” il lettore, ha gli occhi chiusi, le palpebre appesantite da uno strato di nero. La bocca spalancata in una smorfia di dolore evoca il volto allucinato della figura umana de *L’urlo* di Edvard Munch. Le linee ondulate mobili e le gradazioni cromatiche dei grigi donano a questo essere anfibio uno statuto di irrealtà, che ci rimanda ad un contesto onirico. L’identità condensata dell’immagine, metà uomo, metà coltello, è molto efficace, potrebbe apparire in un qualsiasi incubo notturno, intervallo ad una notte bianca.

Lubko Dereš
Kult
Fazi Editore, 2007



Alessio De Giglio

Kult, il primo romanzo di Ljubko Dereš, edito da Fazi, fa parte della collana “Lain”, “contenitore di libri inclassificabili”, ed ha trovato nel genio di Ceccato la sua veste grafica perfetta. La copertina di questo libro è una immagine-concetto che fa cortocircuitare il concetto stesso di comunicazione, poiché quel che si vede sulla copertina non è quel che si vede. Kult è il segno impresso su un libro da una anarchia visionaria che azzerava il simbolo del capitalismo, la Coca Cola, e il rosso dei paesi dell’est, il Comunismo, in un messaggio enigmatico ed irridente, come quelli scritti in lingua misteriosa nei bagni della scuola di Jurko, il protagonista del libro. Kult come scarabocchio su un “diario allucinato”, ma anche e soprattutto visione inquietante che acceca l’occhio del possibile lettore e irride la funzione primaria della copertina come invito al consumo. Invito trasformato in una deliberata sollecitazione al fraintendimento e racchiuso in quel “bevete” scritto in cirillico proprio sopra Kult, scritto a sua volta con gli stessi caratteri del marchio della bibita più famosa del mondo. Il primato del verbale è quindi soltanto illusorio, perché la parola che si impone sul fondo rosso è già immagine nella mente del consumatore, riconosciuta come pubblicità della Coca Cola i cui colori sono proprio quelli della copertina: bianco, rosso e nero. Da notare poi che il logo della collana, il cuore nero capovolto in alto a sinistra sopra la scritta Lain, non è separato dalla grafica, ma dà ad essa un valore aggiunto. Sembra marcare infatti il capovolgimento della *realtà del mercato* nel *mercato della realtà*, dove tutti i prodotti sono intercambiabili: quell’arcano significante in cirillico che vuole farci bere un libro acquista così una valenza rivoluzionaria. Il lettore non conosce il cirillico, ma capisce, così come la verità di questa copertina può essere solo mostrata e non dimostrata. Lain, peraltro è “l’eroina di un anime giapponese”, una ragazza apatica, che incapace di relazionarsi agli altri in una società cui si sente estranea, perde e

ritrova sé stessa, proprio come ritrova la sua irriducibile e originaria funzione la copertina di un libro in questo superbo progetto grafico: la funzione di stupire, di catturare lo sguardo lasciandogli credere che in fondo è soltanto una immagine. Ritengo pertanto che, alla luce dell'analisi da me svolta, questa copertina possa avere un significato audacemente politico e provocatorio. Che ve la siate bevuta o no, questa è una copertina di culto.

Le espressioni tra virgolette alte sono prese dal sito della Fazi.

*

Alice Crocella

Quella di *Kult* dell'ucraino Lubko Dereš è una copertina d'impatto, dove alla semplicità della scelta grafica fa da contrappasso il gioco intellettuale dei richiami culturali.

Su un fondo a tinta unica rosso coca-cola – che si estende a tutto campo, secondo lo stile grafico seguito dalla collana *Lain*, che non prevede immagini ingabbiate – campeggia, centrato, il titolo dell'opera. Scritto con i caratteri usati per il logo della celebre bibita americana e preceduto dal noto “bevete” dello slogan pubblicitario riportato in cirillico, il titolo rende così la copertina, priva di immagini, una citazione immediatamente leggibile. Il linguaggio utilizzato è inoltre perfettamente in linea con il target di lettori “emotivamente giovani” a cui la collana *Lain* si rivolge.

In questo senso si può parlare di una copertina di facile lettura, il cui fascino trae però origine proprio al fatto di non servirsi di una comunicazione diretta, basata sull'esatta corrispondenza tra immagine e significato. La scelta dei caratteri dell'alfabeto cirillico unita all'aspetto vintage innescano infatti in chi guarda tutta una serie di connessioni mentali, rievocando la passata realtà dei regimi dell'Europa dell'est e insieme l'ambiguità della libertà che oggi si respira in quegli stessi paesi, nel difficile passaggio dal comunismo al consumismo.

Questa scelta dimostra dunque come sia possibile, attraverso la scelta di stili, colori e caratteri che siano già connessi nell'immaginario collettivo con una determinata gamma di significati condivisi, offrire, giocando con la fitta trama di suggestioni culturali, elementi che diano al lettore delle indicazioni precise riguardo al testo.

*

Layla Bules

Nella copertina del libro di Ljubko Dereš *Kult. Diario di un'allucinazione* il grafico ha deciso di mettere in primo piano il titolo dell'opera, *Kult* per l'appunto, progettandolo però secondo una forma che riprende il marchio della Coca Cola cosicché il titolo viene ad avere un aspetto immediatamente familiare per il lettore, non solo italiano – il progetto grafico infatti è stato venduto anche all'estero. Della Coca Cola sono ripresi anche i colori, rosso e bianco. D'altronde, poiché Ljubko Dereš proviene dall'Ucraina, il rosso rinvia, immediatamente, anche al recente passato comunista di questo territorio, creando un particolare effetto di dissonanza con il precedente messaggio.

Il titolo si trova in posizione centrale e dominante nella pagina. In posizione secondaria troviamo il nome dell'autore, della casa editrice e della collana in cui è inserita l'opera. Tutti questi elementi sono in nero, di modo da distinguersi e da contrastare con il titolo. Il nome dell'autore si trova posizionato subito sotto il titolo dell'opera e ne risulta quasi abbracciato e racchiuso. Il nome della casa editrice si trova invece collocato in fondo alla copertina in posizione centrale. Il logo della collana, infine, è in alto a sinistra. Da notare che anche questo logo è stato progettato da Maurizio Ceccato. Si tratta evidentemente di un cuore rovesciato, tuttavia la punta gli conferisce una particolarità che lo distingue dalla usuale immagine del cuore e lo rende altresì interpretabile come un simbolo fallico. In generale si

può dire che il progetto grafico della copertina è facilmente fruibile da chiunque, nonostante l'assenza di immagini, per la sua semplicità: il grafico ha infatti impiegato pochi colori dal forte impatto visivo oltre a una scritta immediatamente intuibile. Al lettore più avvertito, d'altronde, non sfuggirà l'ambigua ironia del progetto stesso.

*

Luca Panzarella

In una pubblicità molto vecchia la Mulino Bianco scrisse il suo brand cambiando appositamente alcune lettere. Nonostante il cambiamento del messaggio, il fatto di non aver mutato la grafica induceva le persone a leggere la scritta in maniera corretta.

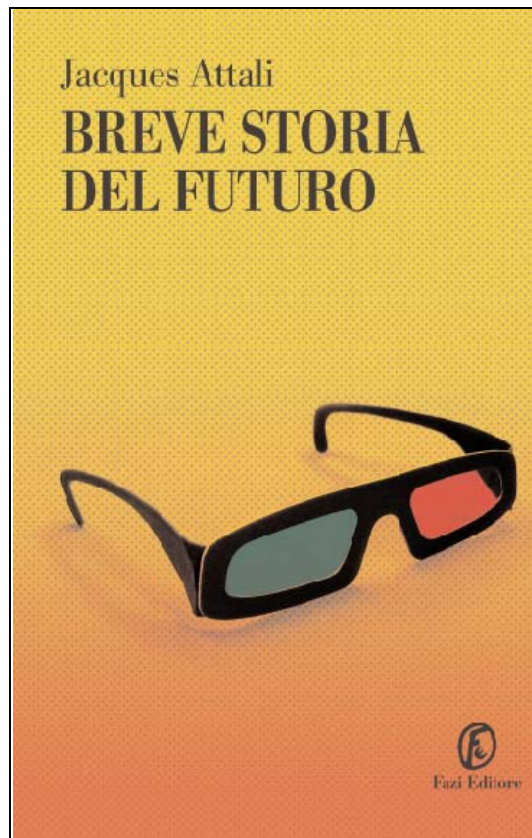
Cosa insegna questo? Che la grafica, se ben usata, riesce addirittura a modificare il messaggio. Nel caso specifico ci si confronta con una copertina richiamante il mito della Coca-Cola, a cominciare dalla tinta unica di rosso su tutta la pagina, sporcata da piccoli puntini bianchi, come un'etichetta sgualcita della bottiglia di plastica.

Al centro c'è la scritta "Kult", quattro lettere, stessa lunghezza della parola "coca" o "cola", con tanto di fiocchetti intorno; il titolo perde le caratteristiche di un testo qualsiasi per diventare a tutti gli effetti un marchio. Ciò fa aumentare la riconoscibilità non solo della casa editrice in mezzo alle altre, ma anche del libro rispetto agli stessi della casa editrice.

Tutto questo ha un prezzo da pagare, perché un testo che diventa marchio viene apprezzato più per la sua forma grafica che per il contenuto. Il titolo viene definito "bello" o "brutto" prima ancora di capire, e forse non è più necessario capirlo, se c'è scritto Cult o Kult, o forse Mente Cult o una qualsiasi altra parola in una lingua sconosciuta. Prima ancora di leggere e capire titolo, autore e casa editrice, ci si chiede: "Perché il libro fa il verso alla Coca-Cola? Parla di Coca-Cola? L'autore è contro la Coca-Cola?" si prende il libro e si va alla ricerca di un qualsiasi collegamento con la Coca-Cola.

Molto probabilmente senza ottenere risultati.

Jacques Attali
Breve storia del futuro
Fazi, 2007



Michela Piracci

PUNTO DI PARTENZA

Dover rendere l'idea di futuro senza utilizzare elementi appartenenti alle tendenze o alle mode odierne, in quanto queste sono destinate solitamente a cambiare nel breve volgere di qualche mese. Il rischio, nell'utilizzare lettering, grafica e composizioni di copertina alla moda, è quello paradossale di far risultare vecchio nel giro di qualche mese un libro che parla del futuro, come spesso accade. Per questi motivi Maurizio Ceccato si è diretto su elementi significativi non tanto per il tempo presente, né per quello futuro, quanto per il significato concettuale e di sintesi che rappresentano.

L'IDEA

Dovendo immaginare il futuro Maurizio Ceccato ha scelto un oggetto col quale immaginava il futuro durante la sua infanzia: gli occhiali tridimensionali, che grazie ad opportuni filtri colorati (ognuno dei quali assegna una porzione ben specifica dello spettro a ciascun occhio) donano l'illusione della profondità alle semplici immagini piatte, sia cartacee che proiettate, rendendo quindi tridimensionale il bidimensionale. Restando fermo a quel tempo ha poi pensato di omaggiare la grafica dei fumetti in voga in quegli anni (come quelli della Marvel) riproducendo lo stesso effetto di riempimento puntinato e polarizzato dell'epoca. La coesione di questi due elementi (occhiali e sfondo) regala all'intero piatto di copertina un simpatico gusto retrò.

TIPOGRAFIA

Autore: URW Bodoni Regular.

Titolo: URW Bodoni T Medium Extra Narrow Maiuscolo.

Volendo evitare l'utilizzo di font alla moda, e volendo rimanere coerenti nella scelta di simbologie o grafiche senza età, Ceccato ha optato per l'utilizzo del Bodoni, un classico pulito ed elegante.

GRAFICA

Immagine raster, trattamento retinato con aggiunta di una sfumatura lineare di fondo.

Ceccato è partito dalla fotografia. Ha ritratto un paio di occhiali 3D posandoli su un cartoncino rosso appositamente curvato per delinearne meglio l'ombra. Ha poi utilizzato diversi punti di luce per avere l'ombra desiderata. Fatta la scansione e importata l'immagine al computer, ha utilizzato una particolare tecnica (il rastering) diminuendo la definizione dello sfondo. Ha poi applicato retini (come quelli utilizzati nei fumetti di una volta) sull'intera superficie dello sfondo dando così alla copertina quel particolare effetto puntinato dei fumetti di una volta. Oltre all'ombra, per dare maggior senso di profondità Ceccato non ha retinato gli occhiali, lasciandoli liberi di emergere. Ha poi donato allo sfondo una sfumatura lineare, per evitare di avere una copertina troppo piatta e statica.

COLORI

Quadricromia CMYK.

IMPAGINAZIONE

Autore e titolo imbandierati a sinistra, con allineamento superiore.

Logo della Fazi al margine inferiore destro.

William S. Burroughs
Le città della notte rossa
Arcana, 2006



Benedetta Ventrella

Sul piatto ci sono due immagini a figura intera di William Burroughs, lavorate probabilmente da fotografie o da un video, trattate per sembrare dei negativi fotografici, in cui l'autore impugna una pistola e la punta verso destra, verso l'apertura del libro, verso le pagine. Si intravede, a sinistra, un'altra figura tagliata. Poiché le immagini in sequenza sul piatto suggeriscono due posizioni successive, il lettore sarà spinto ad stendere la copertina come se fosse una mappa, un poster, per averne una visione completa. Sul retro troverà altre sagome di Burroughs: fissa negli occhi il lettore, infila la mano nei pantaloni ed estrae la pistola, in tre immagini consecutive. Questa successione ricorda lo zootropio e quei macchinari risalenti al cosiddetto pre-cinema che accostavano una serie di immagini per creare l'illusione del movimento (sfruttando il principio dei cartoni animati).

Su tutta la copertina è steso uniformemente il rosso acceso che richiama il titolo ma è evidente che l'intento non è quello di illustrarlo: dice piuttosto la fondamentale centralità di Burroughs, e il suo agire 'fuori dalla legge' (richiamando la frase estratta dal libro, riportata sul retro: «Non c'è nessuna legge in questa città»). Burroughs puntando la pistola verso le pagine 'invita' violentemente alla lettura.

Le immagini non invadono la striscia dell'intestazione della collana all'interno del quale sono, sul piatto, inseriti titolo e nome dell'autore: Ceccato ha rispettato la struttura della collana controstorie non stravolgendone l'impostazione di base, ma ha sfruttando tutto lo spazio a sua disposizione.

*

Luisa Comito

Una grafica che colpisce immediatamente anche l'occhio del lettore distratto che si trova a far un'ispezione in libreria, più per curiosità che per interesse verso la lettura.

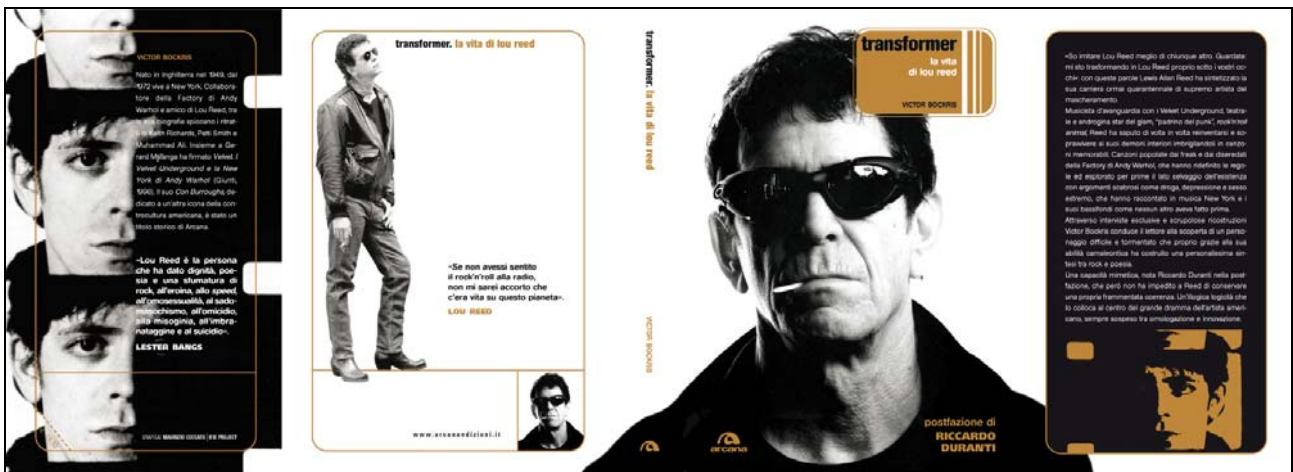
Uno sfondo color rosso, uno dei colori additivi primari, un colore avvolgente e che racchiude in sé un accentuato simbolismo, da un lato il rosso è il colore dell'amore, della passione, delle emozioni, del sentimento, dell'espansività, del fuoco, del sangue inteso come vita, dall'altro è il colore dell'ira, della violenza, dell'aggressività, dello spargimento di sangue. Il colore dà forza alla copertina, dà voce al titolo del romanzo, dà significato alla storia narrata.

A riempire questo sfondo rosso la figura stilizzata in nero di un uomo che, attraverso un gioco-movimento di fotogrammi in successione, tira fuori una pistola per sparare probabilmente o per puntarla su qualcuno. La copertina rievoca, rimanda o fa riferimento al testo con concetti facilmente memorizzabili, metafore e allusioni che sono alla base della comunicazione tra autore e lettore. Ha una immediata leggibilità e mette il lettore in grado di comprendere che si tratta di una storia di violenza. Ogni progetto grafico dovrebbe riuscire a comunicare, e questo è molto comunicativo.

Il resto degli elementi che caratterizzano la copertina, quindi titolo, autore, logo e sito web della casa editrice, collana, numero di collana, frase in quarta di copertina («Non c'è nessuna legge in questa città»), prezzo e il codice a barre sono tutti in bianco. Colore acromatico che sul rosso dona luminosità e respiro alla copertina e che risulta più percepibile all'occhio umano al contrario del nero che avrebbe appesantito la scena rendendola più aggressiva e lugubre. Tenendo conto che il bianco dà senso all'esistenza del nero e viceversa, è interessante vederli insieme dar vita ad una copertina rossa. Un bianco che non è forma e appartiene in ogni caso allo sfondo, un bianco che separa le varie aree significanti, un bianco destituito di significato perché nessun significato percettivo specifico gli è stato attribuito.

Il richiamo del codice a barre sotto il titolo e accanto al nome dell'autore, tutti racchiusi in una gabbia, è originale ed emblematico: ripetere in prima di copertina un elemento grafico che aiuta a decodificare un oggetto. Forse la copertina è come un codice a barre? Vuole farci decodificare il messaggio della storia narrata da Burroughs? Geniale.

Victor Bockris
Transformer. La vita di Lou Reed
 Arcana, 2007



Eleonora Cucurnia

Arcana pubblica libri musicali, rivolti a un pubblico giovane. Per questo motivo la copertina deve risultare particolarmente accattivante e moderna. Deve “gridare” piuttosto che “suggerire”, attirare l’attenzione immediatamente. Il volume fa parte della collana dedicata alle biografie dei grandi artisti, riconoscibili per la scelta di inserire titolo e autore in un box, ma difformi nell’utilizzo dei colori e nelle scelte iconografiche. Lo sfondo è bianco. I colori utilizzati sono due, il nero e l’oro, che si alternano anche nella realizzazione delle bandelle laterali.

Sul piatto di copertina campeggia il mezzo busto di un Lou Reed maturo, con una sigaretta in bocca, illuminato da destra, su sfondo bianco. La parte finale dell’immagine (le spalle del cantante) continua nella bandella laterale destra e nel retro copertina. Interessante la scelta di inserire il titolo e l’autore in un box in rilievo, in alto a destra, come se si trattasse di un’etichetta apposta sul piatto di copertina. Il box, color oro, ha i contorni arrotondati, ed è attraversato sulla destra da linee verticali bianche, di diversa larghezza.

La struttura a “box” si ripete nel retro di copertina e nelle bandelle laterali. Sul retro il box è centrato, bianco, circondato da un sottile filo dorato. Campeggia un’immagine intera di Lou Reed sul bordo sinistro, e la ripetizione della foto di copertina, piccola in basso a destra. In alto a destra è ripetuto il titolo e al centro del box una citazione. In basso il sito di Arcana. Gli elementi all’interno del box sono divisi da una linea dorata, orizzontale, che si ripete nel box della bandella sinistra.

Le bandelle sono speculari. L’una il negativo dell’altra. A destra il box nero, rifilato d’oro, con un’immagine di Lou Reed da giovane, nera e oro, in basso a destra.

A sinistra il box è ripetuto identico, ma inserito all’interno di uno sfondo che riproduce un foglio al cui margine sinistro è ripetuta per tre volte la foto di Lou Reed da giovane.

La copertina si caratterizza per un insieme di rimandi, ripetuti con piccole variazioni in ciascuno degli elementi che la compongono: i box, l’immagine di Lou Reed da vecchio e da giovane, le linee orizzontali e verticali, le scritte che si alternano in oro, nero o bianco.

Nonostante la complessità della composizione grafica, la geometria degli spazi rende la copertina un unico armonico, lineare, restituendo un’immagine moderna, essenziale.