



URN:NBN:NL:UI:10-1-116719 - Publisher: Igitur publishing
Content is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 License
Anno 29, 2014 / Fascicolo 2 - Website: www.rivista-incontri.nl

Il 'volto' dei libri

Analisi ed evoluzione delle copertine, nell'epoca d'oro dell'editoria italiana

Recensione di: Giovanna Zaganelli (a cura di), *Letteratura in copertina: Collane di narrativa in biblioteca tra il 1950 e il 1980*, Bologna, Logo Fausto Lupetti editore, 2013, 176 p., ISBN: 9788895962986, € 24,00.

Ottavio Sellitti

La Biblioteca dell'Università per Stranieri di Perugia raccoglie circa 84.200 volumi tra libri e riviste, provenienti dal mondo intero e da quasi tutte le epoche, giacché i più antichi risalgono sino alla nascita della stampa. Alcuni tra questi sono stati scelti per la mostra, tenutasi dal 26 ottobre al 5 novembre 2010 presso l'Università stessa, *Trenta anni di copertine alla Stranieri. Collane di Narrativa in Biblioteca tra il 1950 e il 1980*, dedicata all'elemento dalla visibilità più immediata dei libri: la copertina. Questa mostra è stata il punto di partenza di un'analisi dell'oggetto 'copertina', relativamente a un periodo particolare: il trentennio che va dal 1950 al 1980, considerato l'epoca d'oro dell'attività editoriale italiana.

I risultati di questa ricerca, condotta nell'ambito del corso di *Dottorato Internazionale di Ricerca in Scienza del Libro e della Scrittura* dell'università perugina, sono stati pubblicati nel volume *Letteratura in copertina. Collane di narrativa in biblioteca tra il 1950 e il 1980*, curato da Giovanna Zaganelli.¹ L'opera è costituita da ventisei contributi, debitamente illustrati dalle riproduzioni delle copertine esaminate, ed è divisa in due parti. La prima è dedicata alle varie funzioni delle copertine, analizzate secondo diversi punti di vista, dalla critica letteraria 'classica' fino alla semiotica. La seconda parte, invece, è dedicata allo studio dell'approccio grafico di varie case editrici italiane, e alla sua evoluzione lungo il periodo preso in esame.

La funzione d'introduzione è svolta da un ricco scritto di Giovanna Zaganelli che pone, ed esamina a fondo, molte delle tematiche che saranno poi riprese negli altri saggi del volume. Si può notare, in effetti, un continuo risuonare, tra i vari contributi, attorno ad alcuni temi ricorrenti, che emergono come nodi analitici.

Uno degli aspetti più analizzati è il rapporto tra la copertina di un libro particolare e quelle della collana della casa editrice alla quale appartiene, rapporto che si esprime sostanzialmente in due modi. Il primo, definito 'modello forte', è

¹ Si segnala inoltre che l'equipe del *Dottorato Internazionale di Ricerca in Scienza del Libro e della Scrittura*, come punto di partenza per il proprio lavoro ha digitalizzato e indicizzato molto efficacemente una base di dati costituita da circa milleduecento copertine, che è stata successivamente messa a disposizione dei ricercatori su internet.

espresso nella ricerca di coerenza tra i vari libri di una collezione o di una casa editrice, per ottenere riconoscibilità tra le diverse proposte editoriali. La scelta di questa linea grafica accompagna spesso una politica editoriale ben definita. Ne è esempio l'Adelphi dove, come spiegano Anna Pelliccia e Andrea Tafini, la volontà dei fondatori è di canonizzare gli autori che si trovano al margine del dibattito culturale, creando una collezione di classici, da qui la scelta della grafica essenziale dai colori pastello che dà un carattere classico all'immagine del libro, come viene d'altronde approfondito anche nel saggio di Toni Marino, dedicato ad una disamina più estesa del rapporto tra classici e copertine.

La seconda linea grafica, definita 'modello debole' preferisce, anche perdendo qualcosa in termini di unità d'immagine editoriale, una più netta caratterizzazione di ogni libro e, conseguentemente, una maggiore libertà creativa del grafico. A questo riguardo è esemplare il lavoro svolto da John Alcorn presso la casa editrice Rizzoli, dove, come spiega Chiara Gaiardoni, creava *ex novo* l'illustrazione e spesso l'impostazione grafica per ogni libro.

Un altro nodo ricorrente nel volume è quello del rapporto tra le copertine e le arti, in particolare il Futurismo, che ha influenzato l'immaginario visivo della grafica anni Venti, e a cui sono ispirate le copertine della rivista spagnola *Ultra*, come mostra Mercedes López Suárez, e, secondo Sarah Bonciarelli, le copertine della letteratura *middlebrow* italiana. Tuttavia l'arte non si limita a ispirare la grafica delle copertine. Viene infatti analizzato anche il processo di associazione e di dialogo tra immagine e testo, ovvero tra la superficie e l'interno dell'oggetto-libro. Zaganelli dimostra come l'immagine di copertina può servire a far entrare il lettore nel libro ancor prima di iniziarne la lettura, e in alcuni casi dirigerla con elementi esterni al testo. Tale aspetto è messo in luce anche dal contributo già citato di Marino, che inoltre spiega come la scelta delle immagini può essere funzionale alla creazione del canone letterario. Il dibattito è poi arricchito da Paolo Brandi, che focalizza la sua attenzione sulla rete di risonanze intellettuali che il testo letterario può instaurare, grazie alla copertina, con le altre arti: chiaramente con la pittura, ma anche con la fotografia e il cinema.

Altro centro d'interesse di quest'opera è la panoramica dei grandi cambiamenti del mondo editoriale italiano dal secondo dopoguerra sino agli anni ottanta. Gli scorci delle vicende delle case editrici che costituiscono la seconda parte del volume, così come le interviste di due grafici, Paolo Guidotti e Mario Dagrada, che hanno lavorato rispettivamente per Mondadori e Rizzoli, mostrano come la figura e il lavoro del grafico sono cambiati. Partendo da uno statuto pressoché artigianale e quasi esclusivamente tecnico, fino a guadagnare una funzione sempre più importante all'interno delle case editrici, il grafico viene infine considerato come un artista a tutti gli effetti che ha, nel processo creativo di un libro, un'importanza quasi paragonabile a quella dell'autore.

L'altro grande cambiamento occorso in quegli anni, di certo nel mondo editoriale italiano (ma ci si può spingere forse ad individuarlo nel mondo culturale *tout court*, ed anche aldilà delle frontiere dell'Italia), è la trasformazione dell'idea stessa di libro. All'inizio del periodo preso in esame, il libro è considerato come un elemento puramente culturale, che le case editrici realizzano, con l'apporto diretto di intellettuali di grande spessore, con l'obiettivo dichiarato di favorire l'istruzione o di permettere la diffusione di un'idea. Con il tempo, tuttavia, anche per le costrizioni sempre più stringenti dell'economia di mercato, il libro è ormai diventato un prodotto di consumo e la gestione delle case editrici è passata dagli intellettuali ai manager. Le copertine sono testimoni di questo cambiamento poiché anche il loro ruolo è mutato: se prima erano delle pagine che comunicavano informazioni concernenti il testo, l'editore, o comunque dettagli riguardanti l'oggetto libro che

racchiudevano e presentavano, sono divenute oggi un elemento che distingue il libro sugli scaffali delle librerie, acquisendo sempre più un valore pubblicitario.

L'opera rileva efficacemente quanto la copertina sia un oggetto che, se ben interrogato, può essere il punto di partenza per una serie di riflessioni che oltrepassano lo studio del libro in senso stretto e arrivano ad interessare altri domini della cultura.

Ottavio Sellitti

Aix Marseille Université

o.sellitti@gmail.com