

IL FENOMENO

Rivoluzione in copertina

Le cover di una pubblicazione sono ormai un'opera d'arte a sé stante
Un libro e una mostra le celebrano

Il merito è di un gruppo di illustratori italiani, che hanno rivitalizzato storiche case editrici e romanzi classici

Non un semplice disegno, che pure attira lo sguardo molto prima di leggere il titolo o il nome dell'autore, ma un vero segno che, al di là delle singole personalità grafiche, diventa il segno di riconoscimento non solo dell'illustratore ma soprattutto della casa editrice. Perché, come sottolineava il maestro del design Bruno Munari, «la copertina di un libro è un piccolo manifesto e ha lo scopo di comunicare all'osservatore che, in quel libro, c'è qualcosa di interessante per lui». Una funzione essenziale ma non esaustiva. In questi anni infatti la "vetrina" di un libro scritto, un romanzo o un saggio, è diventata un'opera a tutto tondo, un soggetto grafico distinto dalla pubblicazione stessa, anche se palese manifestazione del contenuto e simbolo di riconoscimento della casa editrice. In prima fila, come mai prima

d'ora, c'è l'illustratore, in tutta la sua veste d'artista, ovvero con il suo bagaglio di pittore o di regista o di fumettista.

Racconta il fecondo momento un libro "Cover revolution" (edizioni Corraini, 141 pagine, 18 euro) che mappa questo fenomeno tutto italiano grazie alla cura di Melania Gazzotti offrendo una selezione delle più belle copertine del gruppo di quotati artisti, dai nomi affascinanti, che hanno cambiato il volto delle editoria. Opere d'ingegno artistico che, dopo il successo all'Istituto italiano di Cultura a New York, saranno in mostra al Laboratorio Formentini di Milano (dal 9 al 25 in occasione di [Bookcity](#)) e poi all'Istituto italiano di Cultura a

Dublino (dal 19 al 29 gennaio 2017).

CARATTERISTICHE

Tutto cominciò, racconta un dotto saggio introduttivo di Stefano Salis, quando l'editore Guanda si innamorò del segno surreale e stralunato di Guido Scarabottolo e gli affidò il ridisegno non di una collana ma dell'intera casa editrice. Il punto d'inizio fu il 2002 con la copertina di "Ogni cosa è illuminata" di Jonathan Safran Foer. Reduce dalla mostra "Eurolines - Manifesti e disegni tra Milano e Bruxelles", Scarabottolo ama la scultura di grandi dimensioni e suo era il grande pescatore creato per l'Expo di

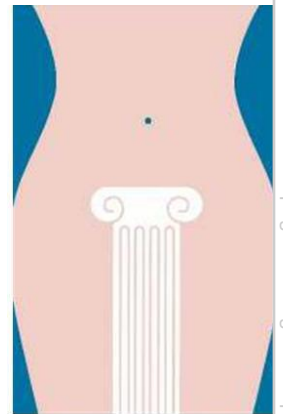
OLIMPIA ZAGNOLI
La copertina di "Il Colosso di Marussi" di Henry Miller (Feltrinelli 2016)

LORENZO MATTOTTI
"Vipera" di Maurizio de Giovanni

Milano. Del gruppo dei rivoluzionari fanno parte altri cinque importanti artisti. Franco Matticchio, dal tratto enigmatico e magrittiano che esalta le opere di Carlo Emilio Gadda riedite per Garzanti: fumettista creò negli anni Ottanta, Mr. Jones, il gatto bendato protagonista di tante avventure surreali su Linus. Lorenzo Mattotti spande invece il suo espressionismo pop da Pasolini a Carlo Lucarelli da Einaudi a Garzanti: e proprio in questi giorni si è aperta a Villa Manin a Passariano di Codroipo, in Friuli, la mostra "Sconfini" che annovera 400 opere dell'eccentrico artista.

VISIONI

Emiliano Ponzi invece esalta le atmosfere sospese della cultura visiva statunitense per raccontare Charles Bukowski per Feltrinelli: il suo stile iconico e ironico allo stesso tempo ha una dimensione internazionale importante, da Le Monde al The New Yorker, da The Washington Post a Newsweek. Gianluigi Toccafondo, che soprattutto per Fandango rende vive immagini da film, mette tutta la sua sapienza da regista: ad esempio è stato aiuto di Matteo Garrone per "Gomorra". E infine, ma è in realtà la prima, Olimpia Zagnoli, unica donna, dallo stile essenziale, pochi tratti e colori forti specie per i libri cult di Henry Miller per



DOPO NEW YORK LE TAVOLE DEGLI ARTISTI, DA MATTOTTI A SCARABOTTOLO, ESPOSTE PRIMA A MILANO E POI A DUBLINO

EMILIANO PONZI
"Musica per organi caldi" Charles Bukowski (Feltrinelli 2013)

GUIDO SCARABOTTOLO
"Sono tutte storie" di Nick Hornby (Guanda 2012)

(Garzanti 1998)



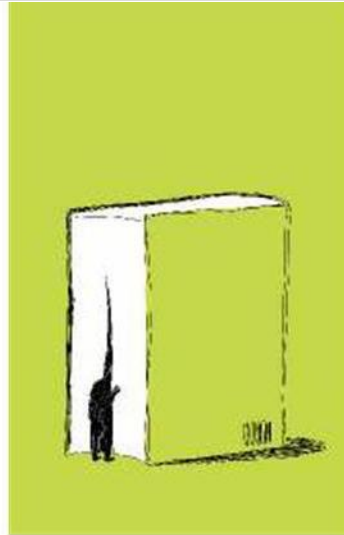
Feltrinelli: ispirata dalla storia dell'arte quanto dalla cultura pop, ha caratterizzato le campagne pubblicitarie di grandi aziende di moda come Fendi, Hermès e Ballantyne.

E se un vecchio adagio dice che un libro non si giudica dalla copertina - ma quanti di noi ricordano le avventure di Sandokan anche per quei meravigliosi disegni esotici sulla prima pagina - in tempo di kindle e di e-book è invece quanto mai confortante che il disegno torni a imporsi come primo intermediario tra

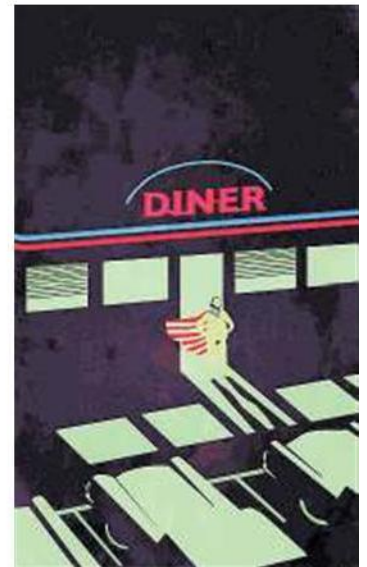
autore e lettore. Un'azione rivoluzionaria visto che tra filosofici lettering e fotografie d'autore, tra pubblicità espansa e spersonalizzazioni, il libro torna ad essere anche un oggetto di bellezza, per il puro piacere intellettuale e artistico.

Alessandra Spinelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA



(Guanda 2012)



(Einaudi 2014)



FRANCO MATTICCHIO
Sopra "Traditori tutti"
di Giorgio Scerbanenco