

Domenica 5 aprile 1998

2 l'Unità

CULTURA E SOCIETÀ

ROMA. L'ultima novità, in fatto di copertine di libri, è la tridimensionalità: i libri hanno fatto blob. Alcuni Mondadori si sono gonfiati assumendo le fattezze in cartone e ossa di Cleopatra e Ramses, mentre «I diari della famiglia Dracula» di Jeanne Kalogridis, Newton & Compton, quelle di un calice insanguinato. Ma l'effetto «3 D» - senza che la copertina risulti in rilievo e senza neppure ricorrere agli occhiali speciali che si usavano negli anni Cinquanta per vedere «davvero» gli alieni di alcuni film di fantascienza - si affaccia anche nella recente collana «Vertigo» di Einaudi: qui, come si addice all'editrice torinese, con la semplice eleganza di una fotografia ben fatta, un fanale di motocicletta rotto fotografato in primissimo piano e depresso sul fondo, einaudianamente bianco, della copertina di «Futuro zero», romanzo di Jack Womack. Rendersi sempre più diversi dalla secolare forma di rettangolo a tre dimensioni, sembra il più recente tentativo dei libri per sfuggire alla morte annunciata. Morte sicura? Umberto Eco dice di no. Ma, siccome la rivoluzione della grafica editoriale è un fatto, abbiamo fatto un giro per case editrici, interpellando i «creativi» che la portano avanti. Queste figure, chi li chiama «art director» chi «responsabile dell'immagine». E questo, a pensarci, è già un indizio del mutamento di ruolo che vive chi progetta l'abito dei libri.

«La copertina del libro è un velo di Maya, qualcosa che si frappone tra il lettore e il superamento dell'apparenza per scoprire il contenuto» scrive Davide Vannoni, semiologo torinese, nel volume a più voci «L'emporio dei segni» (appena pubblicato da Meltemi, a cura di Guido Ferraro). Il pezzo di cartone con le sue cinque facce - prima, dorso e quarta, risguardo e risvolto - serve a vincere quella che Vannoni chiama col termine di Schopenhauer «volontà»: non volontà, paura o noia del potenziale acquirente. Il libro non è un oggetto qualunque, un paio di calze o una camicia di radichino, dalla sostanza dichiarata. Dietro un titolo può nascondersi di tutto. E il libro, quindi, è obbligato per natura anche a essere la pubblicità di se stesso.

Sandra Ozzola è editrice e direttrice editoriale di una casa piccola ma decisamente di culto, la E/O. La grafica minimalista dei suoi volumetti di letterature dell'Europa orientale, negli anni, ha fatto innamorare lettori intellettuali di sinistra dall'anima, però, «trendy»: «Nel '79, quando fondammo la casa editrice, Sergio Vezzali ci studiò la formula: formato particolare, mai un'immagine inquadrate, disegni spesso scontornati, cartoncino opaco, in origine bianco-crema, che, a colorarlo, assume sfumature particolari, stampa anche con dei piombi, un po' all'antica. Per la collana praghese Vezzali si ispirò ad alcune vecchie edizioni cecoslovacche. Abbiamo cercato, come pettiti e autori, di fare cose che gli altri non facevano» racconta. Il messaggio che gli editori di Christa Wolf e Bohumil Hrabal (sono i due autori di sostegno, con le 100.000 copie di «Cassandra» la prima, le decine di migliaia di copie di «Ho servito il re d'Inghilterra» il secondo, di una casa che in genere va a tirature intorno alle tremila copie) era, dunque: «Caro lettore, cara lettrice, qui trovi la sostanza. Ma qui, trovi



Stephanie Pilick/Ansa

Copertine psichedeliche in «3 D», mega-formati: così cambia la grafica editoriale

Brilla come uno spot? Allora è un libro

anche l'originalità». Diciannove anni dopo, si cambia: la E/O da qualche tempo ha immesso in catalogo anche autori italiani e libri gialli (da queste parti il Muro è crollato al contrario...) e, di seguito, è cambiato l'abito: affidato ora per lo più a Emanuele Ragnisco, giovane grafico, che ha introdotto un cartoncino con plastificazione, mentre l'impianto dell'illustrazione resta sui generis: «Oggi mandiamo questo messaggio: «Sono libri di qualità, ma li possono leggere anche persone normali»» spiega Ozzola. Il nuovo cartoncino costa meno e non spaventa. Così E/O cerca di farsi nuovi amici, sapendo comunque che per i suoi libri andare - senza sostegno di un libraio - sui banchi dei supermercati, resta una missione kamikaze.

Cambiare. Con juicio. È il motto scelto da casa Einaudi. C'era una volta la grafica disegnata negli anni Settanta da un genio, Munari: «C'è ancora: rigorosa, sobria, elegantissima, di forte impatto visivo, mai leziosa. Ma col tempo tutto si affievolisce, il progetto originario si sporca. E cambiano i gusti. Perciò abbiamo affidato a Pierluigi Cerri, architetto e grafico, già socio di Gregotti, l'incarico di rivisitarlo tenendo conto, anche, dell'immissione nel catalogo di nuovi contenuti» spiega Maria Perosino, responsabile dell'immagine dell'editrice torinese.

«Ma il lusso Adelphi resta un classico...»

Ma c'è chi, all'immissione annua sul mercato di 50.000 titoli, a questa notte dell'editoria in cui tutte le vacche rischiano di diventare nere - tra eccesso di offerta e carenza di domanda - reagisce giocando invece le carte di una signora bene d'antano: mantiene inalterato negli anni il profumo, Mitsouko o Arpège, e il colore di capelli. Siamo in casa Adelphi, parliamo con Carlo Bianchi, responsabile dell'ufficio tecnico: «Dal '63 manteniamo la stessa grafica e lavoriamo sulle collane, anziché sui singoli libri. Aggiungiamo anche parzialmente nuove collane a quelle classiche, la «Biblioteca» e la «Piccola biblioteca»: l'ultima nuova è «Fabula», dell'85, nella «Iperadam» abbiamo pubblicato solo quattro titoli» spiega. «Un nostro libro deve durare, dopo vent'anni è ancora lì perfetto: la carta viene dalle cartiere Fedrigoni, costa sulle duemila lire al chilo, contro le millecinquecento di quella che gli altri usano abitualmente, sprechiamo bianco ai bordi delle pagine, perché il bianco aiuta a non stancarsi nella lettura». I colori delle copertine degli «adelphini» - chiamiamoli così, questi oggetti di sensualità bibliofila - vengono fatti in casa, mentre gli «adelphini», non avendo la sottocopertina bianca, per esorcizzare l'orribile ipotesi di una screpolatura dei dorsi vengono confezionati con cartoncino già tinto in giallo, celeste, rosso, rosa. A un passo dal Duemila, nel pianeta dei rifiuti, è Roberto Calasso, l'editore, a scegliere personalmente le illustrazioni... Solo perfezionismo, solo maniacalità? In realtà l'Adelphi ha perfezionato l'arte del libro status symbol inventata da Einaudi. «Ma no, la nostra è una grafica semplice che ha incontrato i gusti delle persone. Quello che conta è il contenuto» ribatte Carlo Bianchi. Con understatement.

M.S.P.

arriviamo nel cuore della «New Age» libraria. Un libro, Callo, non è diverso da un paio di scarpe? «Certo, è più fermo nel tempo e va letto preparandosi. Però la gente è intossicata dal video e io glielo faccio vedere pure sul romanzo. La rottura col passato risale a 6-7 anni fa negli Stati Uniti, ora arriva in Europa e noi in Italia siamo i primi». La «rivoluzione» è più agevole, a Segrate, perché la Mondadori lavora su collane solo per ciò che concerne il catalogo, mentre per le novità lavora sul singolo libro: per gli Oscar, dice quindi Callo, indossano «giacca e cravatta» e illustrano i classici con dipinti («l'idea che comunichiamo è: il classico è arte»), gli scrittori del '900 con foto in bianco e nero, come individui vicini, ma da trattare con rispetto; ma poi deflagrano con «I miti», con l'ultimo Nicolò Ammanniti, con Bevilacqua e Grisham, con i faraoni di Jacq. «I miti» sono stati una vera idea editoriale: prezzo da discount, in evidenza, ma copertina e contenuto da extra-lusso: io ho fatto copertine a Saffo, Orazio e Ovidio come se fosse-

ILLUSTRO
Ovidio e Saffo come se fossero inviti a una festa techno. E ho gonfiato esageratamente i Faraoni

ro l'invito a una festa techno» spiega Callo. «Con autori come Bevilacqua e Grisham, la Mondadori ha contratti per un tot di libri, anche cinque, e diventano mini-serie, chiaro che per uno uso la donna con le calze a rete e per l'altro la dea bendata. Per la serie egiziana offriamo a un prezzo medio-basso, 16.900 lire, un librone alto quattro dita: potrebbe essere più smilzo ma dentro è scritto grosso, un po' infantile...» È qui, appunto, che diventa massimamente trasparente l'appello allo spirito bambino del potenziale acquirente: certi libri, ormai, occhieggiano dagli scaffali come la corona e lo scetrolampeggianti di Sailor Moon.

Riformismo, psichedelico cambiamento: quale sarà la strategia che meglio tragherà libri e velo di Maya nel prossimo millennio?

Maria Serena Palieri

Vaticano

Savonarola, slitta la beatificazione

È a rischio l'avvio del processo di beatificazione di Girolamo Savonarola. L'Ordine dei Domenicani, a cui il frate predicatore apparteneva, punta ad ottenere l'annuncio della causa di canonizzazione per il prossimo 23 maggio, giorno in cui cadrà il quinto centenario della morte di Savonarola, arso sul rogo in piazza della Signoria a Firenze. Ma la pratica istruttoria, condotta sotto la supervisione del postulatore, padre Innocenzo Vecchi, appare ritardata dal complesso esame richiesto dagli scritti del religioso, scomunicato per eresia da Papa Alessandro VI Borgia nel 1497. E così sembra definitivamente sfumata l'ipotesi che la Congregazione vaticana per le Cause dei Santi possa dare il tacito assenso al processo diocesano a Firenze nel giro ormai di poco più di un mese. Secondo padre Venchi, postulatore delle cause dei santi per conto dell'Ordine dei Domenicani «prima bisogna completare gli studi affinché venga fugato ogni dubbio. In questi casi la fretta non serve».

Archeologia

Romolo, trovata la tomba?

Un architetto abruzzese, Sandro Maccallini, è certo di avere individuato l'ubicazione della tomba di Romolo, la «Meta Romuli». Secondo Maccallini (che ha compiuto una serie di verifiche e di rilievi topografici culminati il 15 agosto '97, in pieno fermento degli scavi del poi abortito sottopasso di Castel Sant'Angelo), il monumento funebre si sarebbe trovato a pochi passi dalla torre della Mole Adriana, dove secondo l'architetto sarebbe rimasta sino al 1508. Nel 1509 Alessandro VI decise di erigere indulgenze plenarie a tutti coloro che avessero contribuito ad abbattere il monumento, per far posto alla «strada Alessandrina».

Urbanistica

Genova come Bilbao

Genova come Bilbao, con un grosso investimento in campo culturale che cambi il volto della città. È la proposta del direttore del Guggenheim di New York, Germano Celant, intervenuto ieri nel capoluogo ligure ad un convegno dedicato alla cultura, suscitando non poche polemiche. «Bisogna avere un'idea forte ha detto Celant - e puntare su quello». Subito la replica dell'assessore genovese alla cultura Giuseppe Pierantoni: la proposta di Celant è «un po' arrogante. Non è facile quando si hanno a disposizione pochi finanziamenti».

Fra le carte del Vieusseux di Firenze

Ritrovato un inedito autobiografico di Savinio

FIRENZE. È tornato alla luce un racconto inedito comico-grotesco di Alberto Savinio, grande intellettuale, scrittore e pittore, nonché fratello del pittore Giorgio De Chirico. Si intitola *Il monocolo* e fu scritto tra il luglio 1917 e l'agosto 1918, quando il caporale Andrea De Chirico (che poi adottò lo pseudonimo Alberto Savinio) fu inviato a Salonico, in Grecia, come interprete presso l'Ufficio notizie del comando italiano, grazie alla sua conoscenza del greco moderno. Il racconto è stato ritrovato tra le carte dello scrittore conservate presso l'Archivio Contemporaneo Alessandro Bonsanti del Gabinetto Vieusseux di Firenze. Ne dà notizia la ricercatrice Paola Italia sul nuovo fascicolo del periodico «Antologia Vieusseux», diretto da Enzo Siciliano.

Protagonista del breve racconto è il caporale Innocenzo Paleari, in servizio a Salonico, che viene coinvolto nel più classico dei triangoli amorosi: a una cena

ufficiale conosce la moglie di un ebreo greco, Perdita, e ne diventa l'amante. Il personaggio è dipinto con toni vivaci e a tratti caricaturali, con alcune grossolane ironie, ma anche con effetti di indubbia comicità: una «vittima» degli eccessi amorosi di un'amante frivola ed invadente, cui non può né vuole sottrarsi.

Se non è direttamente Savinio, il protagonista Paleari gli assomiglia moltissimo: a una relazione amorosa avuta a Salonico con una donna di nome Perdita, lo scrittore accenna, ad esempio, nell'antefatto al libro «La nostra anima» pubblicato da Adelphi nel 1981. Pur avendo lo stesso nome, il Paleari del «Monocolo» è un personaggio completamente diverso da quello che appare nel romanzo lasciato incompiuto dal titolo «Avventure e considerazioni di Innocenzo Paleari», pubblicato a puntate tra il 1921 e il '22 sulla rivista «Il primato artistico italiano».

In sedici grandi sedi espositive italiane parte la «rivoluzione»

Da martedì, musei aperti fino a sera Giochi e prosecco omaggio per i visitatori

ROMA. Musei italiani con gli orari di apertura allungati fino alle 22 (la domenica alle 20), con omaggi e anche un bicchiere di vino per i primi visitatori serali, dopo le 19. Già attivo un numero telefonico di informazioni (a pagamento), il 199-104 104. Da martedì prossimo, 7 aprile, dunque, parte la «rivoluzione» degli orari (9-22) di 16 grandi musei statali: a Torino, Egizio; a Milano, Cenacolo e Accademia; a Venezia, Uffizi, Galleria dell'Accademia e Palatina di Palazzo Pitti; a Roma, Borghese, Palazzo Barberini (da luglio), Galleria arte moderna, Castel Sant'Angelo, Palazzo Altemps, Palazzo Massimo (dal 28 giugno); a Napoli, Capodimonte, Archeologico e Palazzo Reale.

E, come per le compagnie aeree con certi passeggeri, il ministero per i Beni culturali offrirà a tutti i visitatori serali di martedì 7 aprile un prosecco con un particolare dell'«Amore sacro amor privato» di Tiziano. Alcuni musei doneranno ai visitatori

serali anche una stampa (a Venezia le Gallerie dell'Accademia, a Roma Castel Sant'Angelo, Palazzo Altemps, la Galleria Borghese) o una agendina con l'immagine del monumento (Uffizi) o una scatola con il gioco «Memory» dedicato alle opere del museo (la Galleria d'arte moderna di Roma).

Siccome però il mondo dei musei italiani è ancora molto variegato, per esempio per l'orario di apertura iniziale, questi omaggi, in ogni caso offerti dai concessionari dei servizi aggiuntivi, hanno modalità diverse e curiose.

Le Gallerie Veneziane dell'Accademia, Castel Sant'Angelo, Palazzo Altemps faranno omaggi a tutti i visitatori serali. Per esempio, ai primi cinquanta visitatori della nuova caffetteria degli Uffizi sarà offerto un bicchiere di prosecco. A Roma, la Borghese ai primi 50 visitatori offrirà una stampa e un brindisi. Alla Galleria d'arte moderna il gioco ai primi 50 visitatori, ma a quelli che entreranno dall'ingresso principa-

le, mentre per quelli che entreranno dall'ingresso laterale di via Gramsci ci sarà solo un brindisi.

Fermo restando il tradizionale giorno di chiusura (il lunedì) perché anche le opere hanno bisogno di «riposare», ci sono alcune varianti negli orari lungo la giornata e nell'orario di apertura che in genere è alle nove. Brevi osserverà, solo nei giorni festivi, una pausa tecnica fra le 12,45 e le 14, mentre il Cenacolo Vinciano (nel quale si sta svolgendo un complesso restauro) all'apertura mattutina dalle otto alle 14 aggiungerà tutti i giorni, una apertura serale dalle 19 alle 22 (la domenica dalle 8 alle 14 e dalle 17 alle 20). I tre musei di Firenze (Uffizi, Accademia e Palatina) aprono alle 8,30 (fino alle 22) e quello del museo e della galleria di Capodimonte alle 10 (fino alle 22). La «rivoluzione» continuerà domenica 12, Pasqua, con altri 11 musei che saranno aperti la domenica fino alle 22.

RUnità					
Tariffe di abbonamento					
Italia	Annuale	L. 480.000	5 numeri	Annuale	L. 200.000
	Semestrale	L. 250.000	Domenica	Semestrale	L. 120.000
	7 numeri	L. 430.000			L. 42.000
Estero	Annuale	L. 850.000		Semestrale	L. 420.000
	7 numeri	L. 700.000			L. 360.000
Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269274 intestato a S.O.D.I.P. «ANGELO PATUZZI» s.p.a. Via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)					
Tariffe pubblicitarie					
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle L. 590.000 - Sabato e festivi L. 730.000					
	Feriale	Festivo			
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.650.000	L. 6.350.000			
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.300.000	L. 5.100.000			
Mancette di test. 1° fasc. L. 4.060.000 - Mancette di test. 2° fasc. L. 2.880.000					
Redazionali: Feriali L. 995.000 - Festivi L. 1.100.000; Finanz.-Legali-Concess.-Aste-Appalti: Feriali L. 870.000; Festivi L. 950.000					
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200					
Concessionaria per la pubblicità nazionale PR PUBBLIKOMPASS S.p.A. Direzione Generale: Milano 20124 - Via Giussè Carboni, 29 - Tel. 02/964701					
Area di Vendita					
Milano: via Giussè Carboni, 29 - Tel. 02/24424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/6665211 - Genova: via C.R. Coccari, 114 - Tel. 010/540181 - 5-6-7-8 - Padova: via Cattolana, 108 - Tel. 049/807144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/25952 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/7205111 - Bari: via Amendola, 1665 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 3743 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lincoln, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15C - Tel. 090/5584111 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/305250					
Pubblicità locale: MTRN MINIA PUBBLICITÀ					
00192 ROMA - Via Boezio, 6 - Tel. 06/3781					
20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/6716971					
40121 BOLOGNA - Via Cairoli, 81 - Tel. 051/252223					
50129 FIRENZE - Via Don Minzoni, 48 - Tel. 055/78498561277					
Stampa in fac-simile: Se.Be. Roma - Via Carlo Pesenti 130					
SABO, Bologna - Via del Tappezziere, 1					
PPM Industria Poligrafica, Paderno Dugnano (MI) - S. Statale dei Giovi, 137					
SFS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35					
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18					
RUnità					
Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale l'Unità					
Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma					