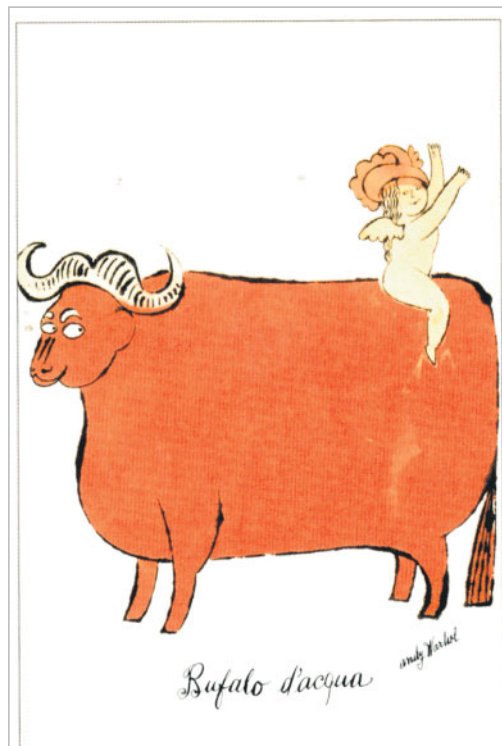
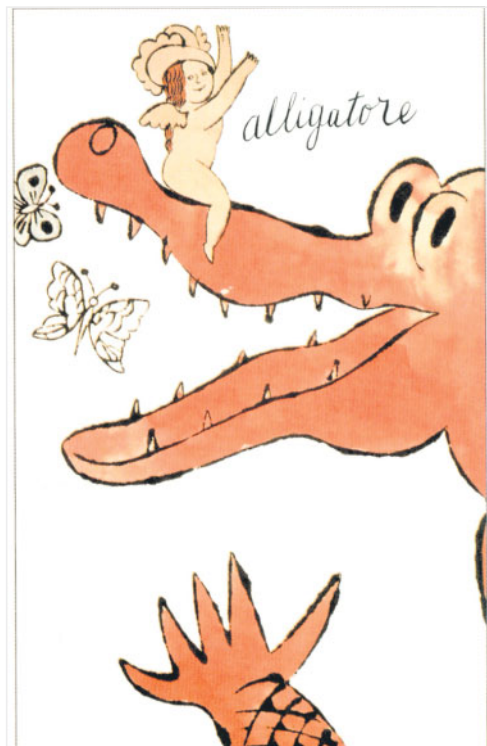


U: BAMBINI**Quando Andy Warhol disegnò un album dedicato ai bambini**

NEL 1953 UN GIOVANOTTO DAI CAPELLI BIANCHI A CESPUGLIO, VESTITO DI NERO E CON LE SCARPE MACCHIA-TE DI COLORE se ne stava in un corridoio dell'Empire State Building in attesa di incontrare un cliente per i suoi schizzi. Era Andy Warhol e quel giorno incontrò anche i manager della Fleming-Joffe Ltd, un'azienda di pellami, che lo ingaggiò per le sue pubblicità. Dalla collaborazione durata quasi dieci anni, nacque anche un album da colorare da regalare ai bambini dei clienti. È questa la chicca che viene riproposta da Gallucci editore in un'edizione bilingue, popolata da cocodrilli su due zampe e serpenti sinuosi, bufali d'acqua e bimbi con le ali. Un microcosmo tratteggiato con segni veloci e puliti, evocazione di sogni di estati esotiche o paradisi eccentrici. Quasi un cartoon magico che il maestro della Pop Art dedicò «ai bambini di tutte le età», lasciando loro il compito di ultimare i lavori con i colori della loro fantasia. Un fantastico regalo d'arte, anzi di pop-arte.

Album da colorare (A Coloring Book) di Andy Warhol, 24 pagine, euro 16,50, Gallucci

Ecco il libro al quadrato

Un testo del '62 che spiega i meccanismi dell'editoria

Ripubblicato da Topipittori è stato scritto da McCain e illustrato da John Alcorn, uno dei grafici più influenti degli anni Settanta in Italia

GIOVANNI NUCCI

È UNA PROVOCAZIONE BELLA E BUONA, QUELLA DEI TOPIPITTORI, DI RIPUBBLICARE OGGI UN LIBRO CHE PARLA DI LIBRI. SIA CHIARO: I TOPIPITTORI PER QUANTO SEMBREREBBERO UNA COPPIA DI DISTINTI SIGNORI MILANESI, SONO IN REALTÀ DUE TOPI (APPUNTO) CHE ROSICCHIANO IL MONDO EDITORIALE dal di dentro continuando a immettervi, con le poche, ma carissime forze che possono permettersi, non solo dei gran bei libri, ma un'idea di editoria decisamente controcorrente. Un'idea in cui il valore dei libri è per quello che dicono, e per come sono fatti, e per come vengono scelti dagli editori (cioè in base a quello che dicono e come sono fatti) e non per quello che potrebbero, forse, vendere. Ecco: come dei topi, questa cosa ovviamente la fanno, ma non la vanno a dire in giro troppo esplicitamente. Se ne guardano bene: visto che verrebbero, a oggi, presi per scemi.

E invece questa volta, evidentemente, non hanno saputo resistere: così hanno pubblicato un libricino che, in fondo, tra le righe, mostra tutto ciò anche abbastanza chiaramente. La cosa bella è che lo dice (più che altro lo mostra, appunto) dicendo cos'è, davvero, un libro. Difatti si intitola *Libri* e, come pedissequamente spiega di se stesso nella sua ultima pagina, «Questo libro l'ho scritto io» (chi sta parlando è ovviamente Murray McCain, il suo autore), «il signor Alcorn l'ha progettato e ha disegnato le figure. Il signor Sappi ha fatto la carta. Il signor Aldegheri l'ha stampato. Il signor Olivoni l'ha rilegato. Le signorine Del Cinque e Cattaneo l'hanno impaginato. I Topipittori l'hanno pubblicato. Il papà e la mamma ti aiutano a leggerlo. I librai lo vendono. Tu lo leggi». E la conclusione, è ancora più banalmente sorprendente: «Come vedi sono successe un sacco di cose prima che ci incontrassimo». Ecco: la vera provocazione, in tutto ciò, è che è un libro del 1962, quando i libri li sapevano fare e, soprattutto, sapevano cosa sono.

Mentre dello scrittore Murray McCain non si

sa molto (la biblioteca del Congresso gli attribuisce altri due libri: il seguito *Writings!* del 1964 e *The boy who walked off the page* del 1969), sull'illustratore, John Alcorn, ci sarebbe invece moltissimo da dire. Tanto per cominciare che è stato uno dei grafici che negli anni Settanta ha influenzato maggiormente la grafica editoriale del nostro paese, lavorando per Mondadori, Rizzoli, Guanda e Longanesi... Insomma uno che di libri ne capiva parecchio. Ma torniamo a noi: i libri, appunto.

Il nostro è disseminato di verità a riguardo, (verità che troppo spesso mostrano di non ricordare più e che, nella tempesta perfetta che sta attraversando l'editoria, sarebbero invece dei discreti fari, o punti di riferimento). Cose come: «i libri hanno un dentro e un fuori»; «un libro è molte, moltissime cose, almeno diecimila»; «i libri sono libri. Dentro ci trovi parole, a volte musica, oppure figure. Le parole servono ad aiutarti a capire»; «un libro è come un'altra stanza, un'altra città, o un altro mondo, dove qualcuno non vede l'ora di raccontarti una storia».

Non saprei: ma chissà perché, da questa lettura se ne esce con l'idea che non sia il mercato a fare i libri, ma sono i libri che fanno il mercato: e che quindi gli editori dovrebbero fare dei libri per il mercato e non cercando di inseguire ciò che, nelle sue instabili ed incomprensibili schizofrenie, vuole il pubblico (soprattutto perché nel caso dei libri, la gente difficilmente sa da prima cosa vuole, dato che un libro ti piace, e ti cambia, solo dopo che lo hai letto, e non prima di averlo acquistato - chi avrebbe mai detto che quest'estate le signore in spiaggia non aspettavano altro che farsi solleticare da tutte quelle sottili prodezze erotiche?). Ma *Libri* è un libro per bambini e, come al solito, in questi casi occorre un'intelligenza superiore (quella dei bambini, appunto) per capirlo fino in fondo: cioè per capire dove va nel suo andare oltre (non è detto che, avendo l'attenzione rivolta al mercato, ci si riesca). L'espedito è anche facile: date in mano ad un bambino questo libro (Murray MacCain & John Alcorn, *Libri*, Topipittori, 48 p., 15 €) poi farsi spiegare da lui che cos'è un libro, come si fa, come lo si sceglie e, quindi, come si cerca di venderlo.



Immagini tratte da «Album da colorare (A Coloring Book)» di Andy Warhol

I LAVORI DI ALCORN**Dal marchio della Bur ad «Amarcord» di Fellini**

John Alcorn è nato a New York nel 1935. Si iscrive alla Cooper Union Art School di Manhattan dove studia disegno, calligrafia, tipografia, illustrazione e grafica pubblicitaria. Tra gli animatori dei Push Pin Studios, dal 1958 al 1961 è art director della Cbs. Nel 1968 vince il concorso internazionale indetto dalla Fiera del libro per ragazzi di Bologna e si trasferisce nel 1971 a Firenze, iniziando a collaborare con le case editrici italiane. Sua è l'immagine editoriale e il marchio della BUR. Nel 1973 realizza i titoli di apertura del film «Amarcord» di Federico Fellini. Nel 1980 cura l'immagine editoriale della Longanesi, nell'85 quella della Guanda. Muore a 56 anni nel 1992.

E ANCORA...**A quale lettera dell'alfabeto assomiglia?**

Dai libri alle lettere: «Abc Cercasi...» (Topipittori pp.59, euro 16), un divertente «manuale» nato dall'estro surreale di Gwenola Carrère: un alfabeto senza precedenti, fatto di animali matti e strampalati annunci. Un fantasmagorico girotondo di fantasiosi desideri, ricerche pazze, sogni nel cassetto, aspirazioni irrealizzabili, piani per il futuro, ambiziose speranze e progetti segreti. Una galleria di animali coloratissimi e molto umani per un alfabeto in cui ognuno potrà divertirsi a cercare la lettera che più gli somiglia. Il libro ha vinto il Premio Internazionale C.J Picture Book Awards International Competition.