
EDITORI

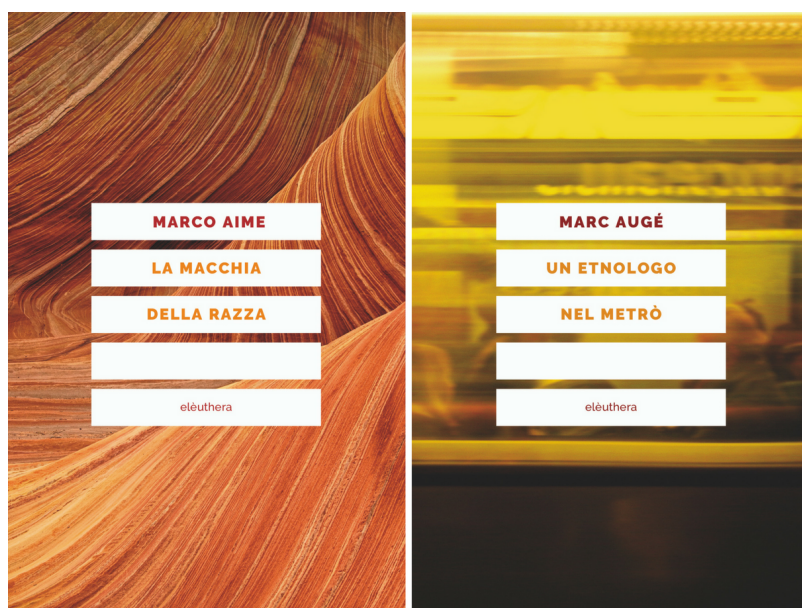
Tematizzare lo sguardo distratto, farne una storia. Elèuthera sceglie la grafica di Riccardo Falcinelli

di **Alessandra Rotondo**

notizia del 27 Febbraio 2017

A febbraio due classici del catalogo **elèuthera** hanno portato in libreria la nuova veste grafica della casa editrice, affidata alla mano e alla mente di **Riccardo Falcinelli**. Un'immagine a copertina piena che s'impadronisce della «faccia» del libro e al contempo la nega dietro trame e figure astratte, sfocate, a spicchi, brandelli e dettagli.

«Per molti versi tutta la grafica è astratta» scrive Falcinelli su CheFare. «Soprattutto quella di derivazione modernista esibisce spesso **cerchi, quadrati, linee, tratteggi, forme geometriche** che il computer genera con facilità e che non erano mai state la norma prima della rivoluzione pittorica di cento anni fa». E se è vero che negli ultimi cinquant'anni le copertine dei libri, soprattutto per la narrativa, sono diventate sempre più figurative – e come questa tendenza venga interpretata oggi emerge nelle «escursioni» guidate da Giovanni Baule sul Giornale della Libreria –, **una difficoltà implicita** avvolge l'approccio alle copertine della saggistica, soprattutto di quella «alta». Come lo stesso Falcinelli indica, una strada percorribile è quella del *lettering*: «usare la tipografia per costruire un piccolo manifesto che attraverso il tono visivo racconti quello culturale» facendo a meno delle immagini. Con font, colori, pesi, corpi e spaziature che diventano la cifra espressiva di ogni copertina, di ogni titolo unico **rinunciando a vincoli «di collana»**. Una soluzione non applicabile alla saggistica accademica e al suo bisogno di schemi e coerenza grafica, di regolarità e ripetitività.



D'altronde la saggistica *trade* ha un'ulteriore sfida con la quale confrontarsi, quella che passa per la conquista dell'attenzione del lettore, che ne calamita lo sguardo tra mille, dall'affollato scaffale. **«Il libro trade deve sgomitare un po' per far sapere che esiste»** scrive ancora Falcinelli. E se «sgomitare» è tutto sommato facile per i libri d'arte, ai quali basta guardarsi dentro per attingere a un campionario sterminato di bellezza, per i saggi è un po' più complesso, meno immediato. Soprattutto non volendo percorrere la strada di una ricerca di attenzione visiva svilente per i contenuti.

Il concetto stesso di astrazione viene espresso e poi manipolato nelle copertine pensate da Riccardo Falcinelli per elèuthera, costituendosi sempre in rapporto all'immagine e alla fotografia. **Una fotografia il meno figurativa possibile** – alterata da sfocature e straniata da prospettive insolite – ma che non nega la presenza di un obiettivo né del rapporto con la realtà che gli sta di fronte. Con un'indicazione chiara: l'angolo visuale deve farsi distratto; il mondo deve rimanere sfuggente, indecifrabile o decifrabile appena. **«Tematizzare lo sguardo distratto, farne una storia»** scrive ancora Falcinelli.



«La scelta editoriale di elèuthera si concentra su una saggistica di profilo molto alto, ed è difficile da illustrare» **ci racconta Riccardo**. «Sia l'utilizzo della fotografia che dell'illustrazione avrebbero finito per **“chiudere”** alcuni libri. Libri che invece vogliono aprire problemi teorici spesso sfuggenti». Il risultato sarebbe stato quello di ridurre la complessità dei testi alla loro **didascalica rappresentazione**: «il progetto, invece, nasce proprio dal desiderio opposto, quello di staccarsi da un utilizzo delle immagini meramente illustrativo del contenuto». Mentre sui libri di varia o su una saggistica di natura divulgativa le immagini di copertina riescono spesso a suggerire senza limitare, «nel tipo di editoria che fa elèuthera – nell'ambito di una saggistica alta, complessa e non necessariamente popolare – quelle stesse immagini rischiano di **innescare un effetto banalizzante**» aggiunge Falcinelli. Tanto più che «i contenuti di quei saggi spesso non offrono delle risposte, ma ragionano sulle domande» e una copertina che volesse suggerire le risposte, senza rispettare la voce necessariamente ipotetica e dubitativa e in divenire di alcuni testi, finirebbe forse per **manicare di rispetto al libro e al suo valore**.

Un progetto «nato senza un editore», frutto di «riflessioni più generali riguardo a problemi filosofici, figurativi e commerciali», che la scelta coraggiosa di elèuthera ha reso operativo, aprendo un dialogo tra due aspetti della produzione editoriale che **trascende di molto lo scambio commerciale**. «Alle volte il design è anche un modo di pensare il mondo e non la mera risoluzione di una questione pratica», conclude Riccardo.

L'autore: Alessandra Rotondo

Editor presso la redazione del Giornale della libreria. Mi sono laureata in Relazioni internazionali e specializzata in Comunicazione pubblica alla Luiss Guido Carli di Roma, poi ho conseguito il master in Editoria di Fondazione Mondadori, Unimi e Aie. Molti dei miei interessi coincidono con i miei ambiti di ricerca e di lavoro: i social media e la cultura digitale, il branded content, l'e-commerce, i libri non necessariamente di carta e l'innovazione in quasi tutti i suoi aspetti. Fuori e dentro Internet.

Guarda tutti gli articoli scritti da **Alessandra Rotondo**