

PROGETTARE IL LIBRO

Nella pagina a fianco: disegno esecutivo del Simoncini Garamond (Museo del Patrimonio Industriale, Bologna); materiali per la produzione di un carattere tipografico Linotype (fotografia di Gianni Mazzotta, Dina&Solomon).

DIETRO LE QUINTE DELL'ARTE TIPOGRAFICA

IL SIMONCINI GARAMOND E IL CARATTERE DELL'EDITORIA ITALIANA

IL VOLTO DELLE PAROLE

IDEATO DA UN IMPRENDITORE ITALIANO, DIVENNE IL "MARCHIO DI RICONOSCIMENTO" DELLA EINAUDI

di NICOLA-MATTEO MUNARI

Tutti li vedono, ma pochi li guardano, eppure ogni giorno quando leggiamo le notizie sui giornali, scriviamo una mail o riceviamo un messaggio sul cellulare godiamo di una delle più importanti invenzioni della storia dell'umanità, uno strumento che ci permette di ricevere e comunicare informazioni, condividere pensieri e diffondere sapere e cultura: i caratteri tipografici.

Sono infatti i caratteri tipografici e non le lettere in generale, vergate a mano, lo strumento che più utilizziamo sia per leggere sia per comporre qualsiasi testo, compreso questo. Una grandissima parte di ciò che apprendiamo e comunichiamo nel corso della nostra vita passa infatti attraverso i caratteri tipografici. È passato dai caratteri ciò che abbiamo appreso studiando a scuola sui libri di testo ed è sempre attraverso i caratteri che tutti i giorni, digitando velocemente su una tastiera, miliardi di persone provenienti da tutto il mondo, di qualsiasi cultura ed estrazione sociale si esprimono sui *social*

network utilizzando i caratteri tipografici, inclusi gli *hater*. Nonostante questo comporti che vengano sistematicamente sconfessati i presupposti etici e culturali sui quali si basa l'invenzione dei caratteri – «ne scaturirà una sorgente di verità, che disperderà l'oscurità dell'ignoranza e farà risplendere tra gli uomini una luce fino ad allora sconosciuta», auspicava Gutenberg (c. 1400-1468) –, è proprio l'incredibile varietà di utilizzo e la libertà di espressione a cui si prestano i caratteri, che ne dimostrano la straordinaria potenza quale «strumento democratico per eccellenza della libertà», come scrisse lo studioso francese Alexis de Tocqueville (1805-1859).

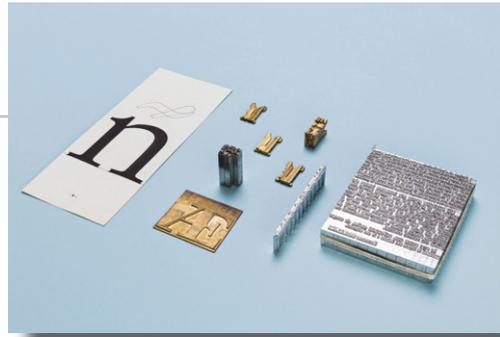
I caratteri si chiamano così perché la connotazione formale che attribuiscono alle lettere ne definisce appunto il carattere, che può essere sobrio ed elegante, austero oppure frivolo, burbero e così via. Ci sono certamente tanti caratteri tipografici quanti sono i caratteri delle persone. Qualcuno su Internet ne ha contati più di seicentocinquantamila, considerando le varie declinazioni in tondo, neretto e corsi-



vo, ma è verosimile che ce ne siano molti di più. Apparentemente, chiunque si esprime con i caratteri tipografici potrebbe trovare quello più adatto al proprio carattere umano. Non è un caso, però, che nonostante ogni giorno ci siano quasi due miliardi di persone che pubblicano messaggi su Facebook, siano pochissimi quelli che prestano attenzione all'aspetto delle lettere. Ci sono infatti caratteri pensati per essere notati – quelli utilizzati per le insegne dei negozi, le copertine dei libri e le confezioni dei prodotti – e caratteri pensati per essere invisibili – quelli impiegati per stampare i libri. Negli anni Trenta del secolo scorso Beatrice Warde (1900-1969), una celebre studiosa americana di tipografia, propose la metafora dei caratteri tipografici concepiti come trasparenti calici di cristallo, invisibili agli occhi del lettore per esaltare il contenuto del testo e non la forma delle lettere.

A questa tipologia, almeno in virtù delle intenzioni per le quali fu concepito, appartiene il Simoncini Garamond, il carattere per antonomasia dell'editoria italiana, il volto tipografico (non a caso in inglese i caratteri si chiamano *typefaces*) della casa editrice Einaudi, che dal 1960 lo ha adottato per comporre tutte le proprie pubblicazioni, seguita in periodi alterni da molte altre case editrici tra cui Abscondita, BUR Rizzoli, Edizioni e/o, Feltrinelli, Guanda, Iperborea, Longanesi, il Mulino, Nottetempo, il Saggiatore, Salani, SE, Sellerio e altri ancora.

Il carattere prende il nome da quello del suo ideatore, Francesco Simoncini (1912-1975), un imprenditore e progettista di caratteri, autodidatta, che si distinse per l'approccio tecnico e l'attitudine funzionalista che lo portarono a privilegiare la leggibilità del carattere piuttosto che la bellezza delle



lettere, antepoendo le esigenze del lettore a quelle del tipografo. Nato a Bologna nello stesso anno di Giulio Einaudi (1912-1999), Simoncini fu nominato direttore tecnico nell'azienda di famiglia – una piccola officina per la lavorazione di prodotti in filo di ferro – che durante la Seconda guerra mondiale aveva incominciato a fabbricare pezzi di ricambio per macchine linotipiche, le famose linotype. Inventate nel 1884 da Ottmar Mergenthaler (1854-1899), un orologiaio tedesco emigrato negli Stati Uniti e divenuto noto come “il secondo Gutenberg”, le linotype erano delle macchine per la composizione tipografica che permettevano di fondere in un unico blocco di piombo tutte le lettere di una riga, letteralmente una *line of type*. In questo modo si evitò di fondere ogni singolo carattere separatamente per poi dover comporre il testo a mano, lettera per lettera, come avveniva in precedenza. Grazie a questa straordinaria invenzione, Mergenthaler semplificò drasticamente la produzione delle pubblicazioni stampate (prima della linotype nessun quotidiano aveva più di otto pagine) contribuendo alla loro diffusione quali prodotti di massa e stimolando il diffondersi dell'alfabetizzazione.

Nella primavera del 1950, durante un viaggio compiuto negli Stati Uniti, Simoncini ebbe modo di visitare la sede della Linotype. Ne fu talmente impressionato che, una volta rientrato in Italia e subentrato al padre nella gestione dell'azienda, concentrò tutti gli sforzi delle Officine Simoncini nella produzione di matrici per linotype e strinse una collaborazione con la Ludwig & Mayer di Francoforte – una stori-

LA MACCHINA DELLE PAROLE

Nella pagina a fianco: ritratto di Francesco Simoncini, 1963 (Museo del Patrimonio Industriale, Bologna); un compositore al lavoro con una linotype (*How a Linotype Machine Works*, in *The Book of Wonders*, 1915).

DIETRO LE QUINTE DELL'ARTE TIPOGRAFICA

ca fonderia tipografica specializzata nei caratteri per la composizione manuale – con lo scopo di produrre nuovi caratteri da stampa. Il primo frutto di tale collaborazione fu appunto il Garamond, che sebbene prese il nome del solo Simoncini fu sviluppato congiuntamente dalle due aziende e in particolare dal disegnatore Wilhelm Bilz, impiegato presso la fonderia tedesca. In quello stesso periodo la casa editrice Einaudi, nell'ottica di un programma di rinnovamento della sua immagine, era alla ricerca di un nuovo carattere che rispondesse alle esigenze tecniche ed estetiche dei propri libri. La scelta di Giulio Einaudi e del suo leggendario direttore di produzione Oreste Molina (1925-2017) cadde sul Garamond di Simoncini, che fu ultimato definitivamente in collaborazione con la casa editrice torinese. L'adozione del carattere da parte di Einaudi ne sancì la fama imperitura, facendolo diventare un carattere iconico, ancora oggi estremamente diffuso nel panorama editoriale italiano.

Nonostante il nome del carattere derivi da quello di Claude Garamont (c. 1480-1561) – il più famoso dei tipografi francesi – rifacendosi ad altri caratteri già presenti sul mercato come ATF Garamond e Monotype Garamond, le sue forme si basano in effetti sull'opera di Jean Jannon (1580-1658), un incisore attivo quasi un secolo dopo i cui caratteri si distinguono per la fluidità del disegno e i corsivi in stile rococò. Nel 1926 fu la sopracitata Beatrice Warde, su suggerimento dello stampatore australiano Henry Lewis Bullen (1857-1938), a chiarire l'errore di attribuzione e identificare la corretta paternità dei cosiddetti Garamond (una storpiatura del cognome del tipografo francese, tuttora utilizzata maggiormente rispetto all'originale). Nonostante ciò il Garamond di Simoncini, che fu disegnato alla fine

degli anni Cinquanta, cadde nuovamente nell'errore di attribuzione.

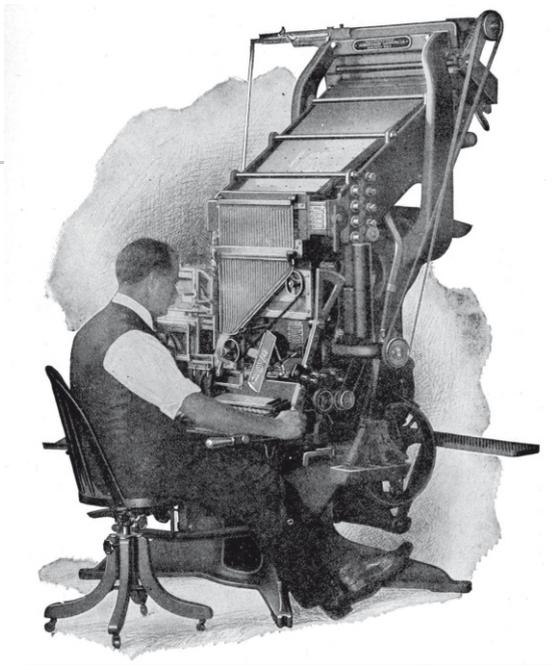
Prima di adottare il Garamond, Einaudi componeva tutti i propri libri in Granjon, un elegante carattere disegnato tra la metà e la fine degli anni Venti dal tipografo inglese George William Jones (1860-1942), stampatore ufficiale del re e della regina del Belgio. Jones fu consulente della Linotype, che lo incaricò di ampliare la propria gamma tramite revival di caratteri storici (oltre al Granjon ridisegnò anche il Baskerville). Il Granjon fu disegnato a partire dai caratteri utilizzati nella seconda metà del XVI secolo dagli stampatori parigini Jacques du Puys (-1589) e Jean Poupy (-1585); il tondo si basava sui tipi incisi da Claude Garamont, mentre il corsivo su quelli di Robert Granjon (1513-1590) da cui il carattere prese il nome. Nel 1928, quando il Granjon fu completato, sul mercato erano infatti già presenti vari caratteri chiamati Garamond e, per meglio distinguerlo dai concorrenti, Jones decise di commercializzarlo con il nome dell'autore del corsivo. Il passaggio dal Granjon al Garamond fu esteticamente misurato, ma fortemente significativo. Per Einaudi si trattò di una vera e propria scelta di identità, fatta all'insegna di un rigore logico ed essenziale che rispecchiava il progetto ideologico e culturale della casa editrice. Non a caso pochi anni dopo aver introdotto il nuovo carattere, Einaudi incaricò il designer Bruno Munari (1907-1998) di riprogettare le proprie copertine in senso funzionalista. Nacquero così il quadrato rosso della collana "Nuovo Politecnico", quello blu dei "Paperbacks", i filetti rossi della "NUE" e la griglia modulare della "PBE". Il Simoncini Garamond – insieme allo struzzo ereditato dalla rivista *La Cultura*, che Einaudi acquistò nel 1934, e alla grafica delle co-



pertine – diventò uno degli elementi estetici cardinali della casa editrice, se non l'elemento fondamentale per eccellenza, considerando la sua funzione nella lettura e la sua influenza sulla percezione del testo.

Da un punto di vista formale il Garamond di Simoncini si distingue per due fattori principali. Il primo riguarda le proporzioni delle lettere, caratterizzate da tratti discendenti più corti che permettono di inserire più linee di testo in una stessa pagina, producendo una maggiore compattezza tipografica. I caratteri appaiono più grandi e le righe più compatte, ma si tratta soprattutto di un fenomeno percettivo. A un esame più attento, infatti, è possibile notare come le righe restino sempre 34 e le battute, invece di aumentare, paradossalmente passano da una media di 1.950 a 1.830 per pagina. (È pur vero che la maggiore compattezza del Garamond permetterà, dove necessario, di incrementare il numero di righe a 39 per ogni pagina, come nella Nuova Serie della "NUE"). La ricerca di una maggiore compattezza tipografica riflette lo spirito del tempo, quello della cultura industriale e dunque quello del design. Si va nella direzione di una pagina improntata alla modernità, caratterizzata da un ritmo visivo più serrato, che graficamente rispecchia tanto un nuovo tipo di letteratura – una lettura moderna, per l'appunto – quanto un nuovo modo di leggere, che in un certo senso si potrebbe definire funzionale, così come è funzionale il carattere che ne scandisce i tempi.

Il secondo nonché fondamentale fattore che contraddistingue il carattere è l'adozione del famoso Metodo Simoncini, un'intuizione tecnica rivoluzionaria che fu perfezionata e infine brevettata proprio a partire dal disegno del Garamond. Ufficialmente



intitolato *Procedimento per ottenere nella riproduzione dei caratteri da stampa un profilo grafico del carattere identico al disegno originale di partenza*, il metodo consiste nell'applicazione di una serie di distorsioni controllate che trasformano gli angoli retti in angoli acuti e accentuano le intersezioni delle aste delle lettere. In questo modo fu possibile prevenire e controbilanciare sia la deformazione dovuta alla riproduzione fotografica – una tecnica utilizzata nella fotocomposizione e nella produzione delle matrici per linotype – sia le deformazioni derivate dall'impressione tipografica e dalla sbavatura dell'inchiostro. Attraverso il suo ingegnoso metodo, Simoncini riuscì a prevenire e correggere entrambi i fenomeni già in fase di disegno.

Il fondamentale contributo dato al mondo della tipografia dalla progettazione del Simoncini Garamond e dal conseguente sviluppo del Metodo Simoncini ne sancisce l'importanza, rendendo questo capitolo una pietra miliare nella storia moderna dell'editoria italiana.

Nicola-Matteo Munari