



www.vogue.it
magazine
libre-riposte



Per anni hanno lavorato nell'ombra, un po' come carbonari, ostensibilmente facendo altro - grafico, graphic designer, fashion illustrator -, perfezionandosi all'estero, esponendo in mostre che vedevano solo i loro amici. Adesso i calligrafi italiani sono in voga: i corsi sono richiesti, i loro lavori girano su Flickr e YouTube, qualcuno pubblica addirittura libri. Ai corsi dell'AcI, Associazione calligrafica italiana (calligrafia.org) si iscrivono grafici, allievi dello Ied, studenti dell'accademia e aspiranti desi-



nata. Chiedete conferma a Giovanni De Faccio, uno dei migliori calligrafi italiani (anche se insegna in Austria), che ci ha messo quattro anni a disegnare il suo font Rialto.dfi; due mesi solo per decidere dove posizionare il puntino della "i". De Faccio,

Dear pen friends by Eva Livi

Sotto, da sinistra. Il baule-biblioteca del 1923 griffato Louis Vuitton. "Partire è andare da Vuitton", celebre frase dello scrittore e viaggiatore Blaise Cendrars. Sei delle dodici tonalità d'inchiostro proposte nel Cabinet d'écritures Louis Vuitton che apre questo mese in place Saint-Germain des Prés a Parigi. La boutique, luogo d'incontro per calligrafi e artisti-artigiani, è concepita come un giardino all'inglese dove i visitatori scoprono il mondo della scrittura passo dopo passo.

Le mani sporche di inchiostro, il respiro trattenuto, il pennino che incide, una lotta quotidiana alla ricerca del carattere perfetto. Più che un hobby, uno stile di vita

gnor; ma anche impiegati, insegnanti, professionisti di tutt'altro che però sono disposti, in un weekend, a stare sedici ore chinati su un foglio di carta Favini, pennino in mano, inchiostro sulle dita, a lottare per arrivare al cerchio perfetto dell'Onciale, alla giusta tessitura della Fraktur, alla difficilissima eleganza della Cancelleresca. A spingerli, il desiderio/bisogno che rode tutti noi, deprivati sensoriali dell'era del tablet: una volta ogni tanto, poter far qualcosa con le proprie mani, che abbia visibilità, fisicità, concretezza. Come il punto croce, la

maglia, il pane cotto in casa. Ma rispetto a questi altri pur nobili passatempi, la calligrafia ha avuto uno sponsor imbattibile: il compianto Steve Jobs che, nel discorso del 2005 ad Harvard (dilatato sul web alla sua morte), ha raccontato che se al college non avesse mollato tutto per studiare calligrafia, il mondo non avrebbe mai avuto il Mac. E basta avere a che fare anche per poco con un calligrafo per capire la verità di quella confessione: senza la maniacale attenzione al dettaglio e la perfezione degli oggetti, Apple non sarebbe mai

cofondatore dell'AcI, è uno dei contributors di "Take your pleasures seriously", libro d'esordio di una nuova casa editrice di illustrazione, graphic design, calligrafia: la Lazy Dog Press (lazydog.eu). Il titolo è preso in prestito dagli Eames, storica coppia del design. Il volume è l'opera prima di Luca Barcellona (lucabarcellona.com), ex writer, calligrafo specialista di scritture gotiche e grande cultore dell'opera di Hermann Zapf, l'ultranovantenne calligrafo tedesco cui si devono alcuni dei caratteri più ammirati e imitati della tipografia moderna (uno per tutti: il Palatino). Che la calligrafia sia davvero riemersa alla luce del sole lo dimostra il fatto che se n'è accorta anche la moda. A Parigi, Louis Vuitton apre in questi giorni la sua prima boutique - pop-up store della durata di un anno - dedicata alla scrittura: carte bespoke, bauli per libri, scrittoi da viaggio, stilografiche in cocodrillo, calamai in cristallo Baccarat. D'altronde Gaston Louis Vuitton, nipote del fondatore e insaziabile appassionato di scrittura, allacciò rapporti privilegiati con grandi scrittori del proprio tempo, come Ernest Hemingway, nella cui malle Bibliothèque firmata Louis Vuitton sono ancora oggi conservati i carnet manoscritti. Per importare il bello scrivere nel rarefatto olimpo della moda, dunque, chi meglio della maison che da sempre orna i suoi tessuti unicamente con il monogramma del fondatore? Anche Hermann Zapf potrebbe esserne d'accordo.

Partir c'est aller chez Vuitton

