**NEL SEGNO DELLA MUSICA**

**Le grafiche di copertina firmate da Francesco Logoluso**

E’ ancora tutta da scrivere la storia della grafica italiana applicata alla musica.

Negli anni ’80 l’avvento dei compact disk ha purtroppo mandato in soffitta – o quanto meno mortificato, riducendola nel formato – la lunga e gloriosa tradizione delle *cover* dei vinili, che poi molte volte non si limitavano semplicemente a due ante interne, ma consistevano in album di testi corredati da fotografie, illustrazioni e i *credits* di tutti coloro che avevano collaborato alla realizzazione di Lp divenuti oggetti di culto.

 Parlare di Francesco Logoluso vuol dire, allora, raccontare una parte importante di questa storia, durata 25 anni, ovvero l’arco di tempo in cui questo singolare creativo ha ricoperto l’incarico di art director presso la RCA, una delle etichette che ha segnato maggiormente la discografia nostrana.

Logoluso si è inventato un mestiere, un’impostazione produttiva, ha creato una vera e propria bottega all’interno dell’azienda, senza legarsi a uno stile predefinito, ma diversificando i vari 33 e 45 giri; mettendo a punto, tuttavia, l’immagine di fortunate collane come ad esempio le antologie economiche della “Lineatre”. Logoluso non è stato un semplice grafico, ma un coordinatore di un team affiatato in grado di gestire una mole immensa di lavoro, dalle copertine alla pubblicità ai manifesti, insomma una grafica coordinata al servizio di cantanti, musicisti e, soprattutto, cantautori: da Luigi Tenco a Ennio Morricone, da Francesco De Gregori a Ivan Graziani, da Lucio Dalla ad Antonello Venditti, da Renato Zero a Gianni Morandi, da Lucio Battisti a Rino Gaetano, da Mia Martini a Enzo Jannacci. Parliamo di migliaia di progetti visuali che sono stati – e sono ancora – esempi di grafica raffinata e, al tempo stesso, prodotti di consumo, popolari, ad alta tiratura.

 Questa mostra è un tributo a Logoluso, biscegliese di nascita e romano di adozione, ma anche, in senso più esteso, a un’intera scuola, quella dei creativi che hanno reso grande il graphic design made in Italy: pensiamo, oltre che alla grafica editoriale musicale, anche a quella letteraria, dalle copertine dei dischi a quelle dei libri, altro campo di applicazione in cui il nostro paese non ha avuto rivali.

Purtroppo quel che resta di una produzione venticinquennale è poco. Quando la RCA è stata acquistata dalla BMG nel 1990 l’archivio di Logoluso e dei suoi collaboratori è andato disperso. L’artista ha potuto sottrarre solo alcune cose all’oblìo. Qualche bozzetto originale, qualche prova di stampa. Ma, comunque, ciò che parla, e si mostra, e testimonia di una storia che attraversa tre lunghi decenni, sono i risultati finali: le copertine e i manifesti. E se del Q disc de *La donna cannone* (1983) di De Gregori è possibile ammirare gli schizzi originali realizzati dallo stesso cantautore e poi tradotti nel risultato finale da uno dei grafici, sotto la direzione di Logoluso, dell’album *Sempre* (1973) di Gabriella Ferri, originalissimo nella sua struttura, costituita da un unico foglio di cartoncino ripiegato in cinque parti che diventa, se aperto, un poster formato 96x56, purtroppo esiste solo il ricordo orale dell’autore.

L’immaginario degli anni ’70 – il decennio in cui la grafica delle cover in Italia (e non solo) ha raggiunto i massimi risultati – è disseminato da visual e lettering che sono rimasti impressi nella mente di noi ascoltatori/osservatori: per esempio la copertina di *Gira che ti rigira l’amore bello* (1973) di Baglioni, con un collage fotografico che sovrappone vari luoghi di Roma, sfondo alla mitica due cavalli gialla, sul cui tetto è seduto il cantautore; passando poi per il globo terrestre su fondo blu notturno e il suo inquietante riflesso speculare sulla superficie marina che illustra *Come è profondo il mare* (1977) di Lucio Dalla, forse tra le cose migliori sfornate dall’officina creativa della RCA; e infine il logo di “Zerolandia” (1978), label nella label, che caratterizzerà tutti i dischi di Renato Zero da questo anno in poi, distribuiti sempre dalla RCA.

E nei ricordi di Logoluso la copertina di *Lilli* (1975) di Venditti ha avuto una lunga gestazione, poiché dopo le riunioni tra musicista e produttori cambiava continuamente il brano di punta e, di conseguenza, il titolo dell’album: prima *Compagni di scuola*, poi *Lo stambecco ferito* e, infine, appunto, *Lilli*. Il lavoro dell’art director (che spesso si trasformava in copy, magari suggerendo un titolo) doveva quindi, con pazienza, essere flessibile e produrre idee vincenti in pochissimo tempo. Nel caso di *Lilli* il profilo femminile orizzontale fatto di carta di giornale è un riferimento al fatto di cronaca – la droga, lo stupro – di cui si parla nel testo. Un lavoro di elaborazione concettuale che si traduce in un’immagine sintetica, graficamente essenziale, ma di forte impatto.

Certo, il tocco di Logoluso può essere cercato, a nostro giudizio, in quelle copertine molto pittoriche, dove il grafico gioca ad alterare i colori, disallineando le selezioni cromatiche, producendo solarizzazioni, intervenendo con pennellate, ritocchi, colature. Pensiamo alla stupenda veste grafica di *Ballata per 4 stagioni* (1976) di Ivan Graziani, con un ritratto del chitarrista (fotografato da Caesar Monti) triplicato nonché reso quasi astratto e con il titolo su fondo nero e le lettere intarsiate. Ma pensiamo anche a *Viva l’Italia* (1979) di De Gregori, dove ritroviamo lo stesso stile grafico-pittorico, anche se meno estremo.

Ma, a parte questi pochi esempi, è difficile rintracciare delle costanti, dei comuni denominatori nella produzione discografica di Logoluso, all’insegna della versatilità, anche a causa delle tante collaborazioni con professionisti diversi. Lo stile cambia perché cambia la musica e cambiano i contenuti e i concetti da comunicare.

Questa mostra è solo l’inizio di un lungo discorso che può e deve proseguire; è un concentrato, è la sintesi di una carriera e di un modo di concepire le immagini, evocando – attraverso di esse – i suoni che hanno accompagnato generazioni diverse.

**Bruno Di Marino**