Lionni tutto intero

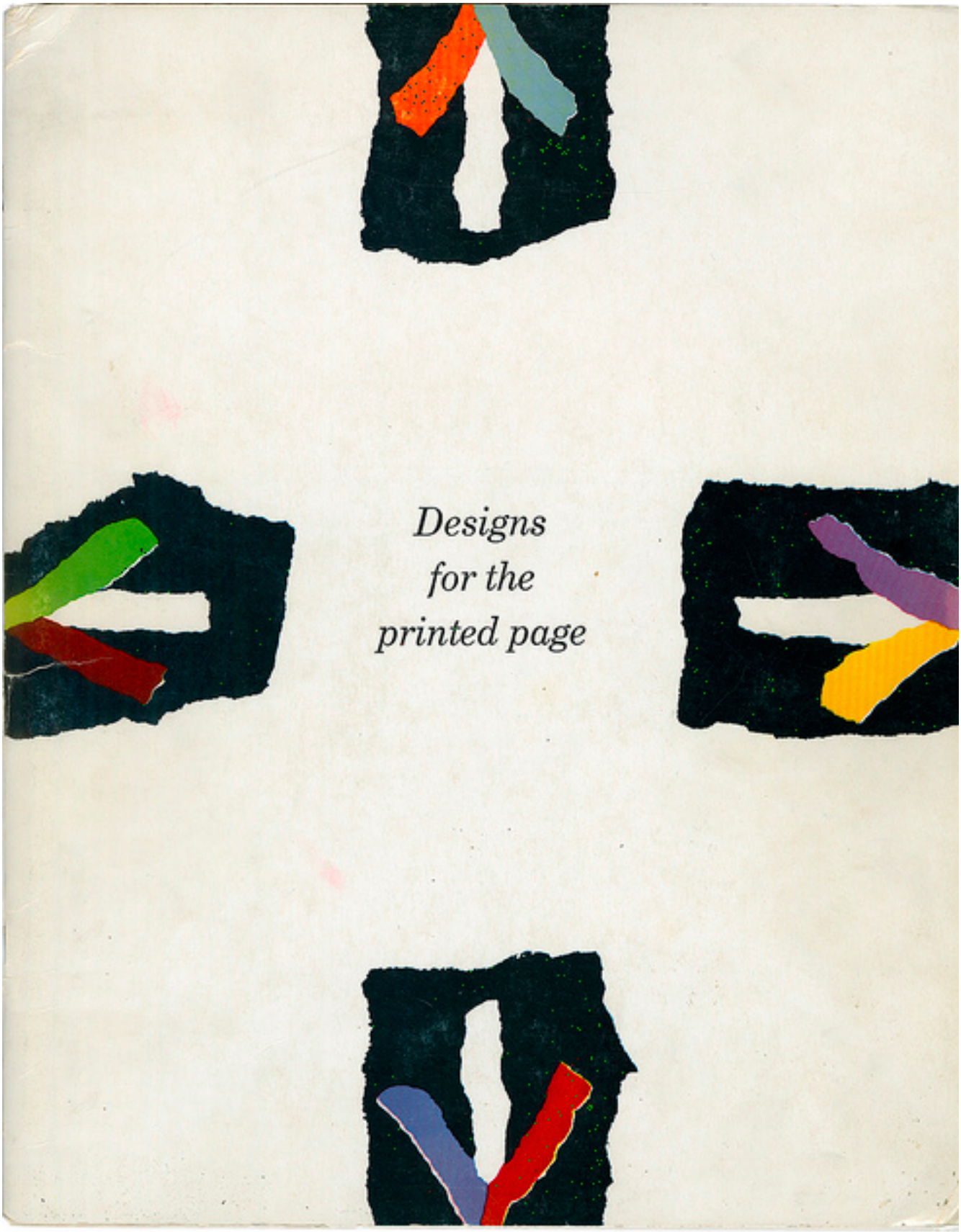
Giuseppe Mazza
29 Gennaio 2021

Nonni che raccontano storie ai nipoti ce ne sono milioni. Nonni che in questo modo hanno rivoluzionato la narrativa per l'infanzia, solo uno: Leo Lionni. Perché fu così, sul treno per Greenwich e a beneficio di due piccole pesti, che nacque il suo capolavoro. Oggi si chiama *Piccolo blu e piccolo giallo* ed è un classico amato in tutto il mondo, ma quel giorno era stato soprattutto la soluzione per riportare la calma nel vagone. In cerca di un'idea che ipnotizzasse gli scatenati nipoti, Lionni aveva strappato da una rivista una pagina colorata per sminuzzarla in tanti piccoli pezzetti. Guardate, disse muovendoli con le dita, questo piccolo pezzetto blu ha fatto amicizia con quest’altro che è giallo ma ecco, quando si abbracciano, i due diventano un'unica macchia verde, e nessuno li riconosce più.

KEEP 'EM ROLLING!

DIVISION OF INFORMATION
OFFICE FOR EMERGENCY MANAGEMENT

L'incanto era nato, la battaglia della calma era vinta. Quella del libro però era solo cominciata. Siamo pur sempre nel 1959, quando un linguaggio visivo così essenziale – e soprattutto, orrore: non figurativo – era impensabile per dei libri illustrati. Non a caso gli adulti osteggiarono a lungo *Piccolo blu e piccolo giallo*, bollandolo come astratto, incomprensibile. I bambini invece no, lo capirono da subito, anzi furono proprio loro a salvarlo, catapultando il mondo dei libri illustrati in un'epoca nuova. Quella storia fatta solo di macchie colorate aveva trovato un codice segreto per parlare all'*immaginario privato* dei bambini, come lo definiva Lionni. Come c'era riuscito?



A quello scompartimento ferroviario era arrivato dopo una lunga storia di libertà. E di movimento. Nato nel 1910 ad Amsterdam in una famiglia innamorata

dell'arte, il giovane Leo era diventato ben presto un piccolo giramondo. Prima si era trasferito con mamma e papà negli Stati Uniti, ma nel 1925 i tre erano di nuovo in Europa, stavolta a Genova, dove il ragazzo ormai studente fa i primi conti con il regime e viene rimandato in italiano perché si rifiuta di fare il saluto romano all'ingresso del fascistissimo prof. Quando nel 1931 sposa Nora, che sarà compagna di una vita ed è figlia di Fabrizio Maffi, parlamentare comunista mandato al confino, è ancora in Italia. A Milano, lo racconterà nella sua autobiografia, frequenta il caffè Savini dove conosce Saul Steinberg e Zavattini ma anche Leonardo Sinisgalli, che dirigerà la pubblicità di Olivetti e Dino Villani, grafico e storico della réclame. Lavora con crescente successo per la Motta, allestendo vetrine, locali e padiglioni espositivi.

KEEP 'EM ROLLING!

DIVISION OF INFORMATION
OFFICE FOR EMERGENCY MANAGEMENT

Ma i Lionni sono ebrei e nel 1939, dopo le leggi razziali, per loro non c'è più alternativa: si torna in America. Qui comincia per lui un'altra forma di libertà, quella espressiva. A New York la sua vocazione di grafico moderno trova la culla ideale. Arrivato da poco, già l'esercito americano lo incarica di disegnare dei poster dedicati agli operai che costruiscono le macchine militari anti-nazi. “Keep 'Em Shooting", "Keep' Em Rolling", "Keep 'Em Coming", in ogni layout le immagini degli operai, inserite sullo sfondo stellato della bandiera americana, sono associate ai carri armati, alle navi e a tutti gli altri armamenti da continuare a produrre.

LEGGENDA

La consuetudine ghiotta della Colomba Pasquale trova il suo perchè in una poetica leggenda. La colomba nacque in quel cantuccio della vecchia Milano che si chiamava "La Chiusa". Là, una autentica colombina aveva fatto il suo nido sotto la grondaia di una vecchia casa. La buona massaia che spalancando la finestra della cucina scorse per prima il nido fu piacevolmente sorpresa. Le bestiole diventarono subito le sue piccole amiche rallegrando la casa della brava donna col loro gaio ed amoroso linguaggio. Era tempo di guerra e un giorno il capo di casa ed i figlioli indossarono le pesanti corazze e partirono per raggiungere il Carroccio. Qualche lacrima cadde dalle ciglia della brava donna che rimase sola con i suoi pensieri e le sue ansie. I piccioni nella grondaia rimasero a tenerle compagnia.

Ma ecco che una mattina il colombo e la colomba apparvero più inquieti del solito. Col loro strano ma dolce linguaggio stavano comunicandosi qualche cosa di molto serio, e, vicini vicini col becco, pareva si baciassero con particolare tenerezza. Finalmente una decisione fu presa; i due colombi scesero dalla grondaia e si posarono sul davanzale della finestra. Uno di loro reggeva nel becco il nido, nel mentre l'altro implorava col suo "glu-glu". La massaia si affacciò, vide la coppia, vide il nido coi piccoli, parlò, commentò, chiese, frugò dentro lo strano linguaggio e infine, quando la colomba depose sul davanzale il nido coi piccini, comprese che quella era una vera e propria consegna. Poi la massaia sorpresa e incuriosita vide i colombi sparire nell'aria, diretti velocemente nella direzione dell'ampia distesa lombarda dove i suoi uomini stavano combattendo.

L'ambiente della pubblicità intanto gli spalanca le braccia, e lui gli regala il suo gusto vivo e antiretorico, creando campagne memorabili come quella per la rivista "Ladies Home Journal" – slogan: *mai sottovalutare il potere di una donna* – o per le scatole *Container* – coinvolgendo artisti come Léger o Man Ray. Conteso dalle agenzie, diventa responsabile della comunicazione Ford, lavora al lancio USA di Olivetti, poi è art director editoriale della rivista *Fortune*, infine anche docente per il Black Mountain College, la nuova Bauhaus americana animata da Gropius e Albers, a loro volta in fuga dalle dittature europee. "*Ero Bauhaus come ero agnostico liberale ed ebreo* – scrive. – *Ciò che pensavo e provavo per le cose era Bauhaus. Ciò che facevo era Bauhaus. Il mio stile? Bauhaus*"

Never Underestimate the Power of a Woman!

Nor the power of the magazine that gets along swimmingly with over 5,600,000 women!*

Ladies' Home JOURNAL
A CURTIS PUBLICATION

No. 1 in circulation
No. 1 in newsstand sales
No. 1 in advertising revenue

* Estimated March circulation

Anni di ricerche durante i quali il gusto della libertà contagia fino in fondo il suo mestiere di comunicatore. Che affronta sempre in modo consapevole. Quando l'agenzia lo incarica di realizzare una campagna contro i mali del socialismo, lui serenamente rifiuta. Nel 1955 dirige persino una rivista, *Print*, nella quale riversa le sue aspirazioni di utilità sociale, la sua idea di responsabilità: "*la nostra missione – scrisse – era modellare un ambiente razionale e civile per tutti gli esseri umani*".

Ed eccoci arrivati al 1959, tornati sul suo treno: è proprio allora che arrivano quei libri per bambini così innovativi, quando unisce al massimo grado il suo linguaggio visivo e le aspirazioni libertarie. Via dai cliché, via dal paternalismo, con ritagli di carta Lionni crea un mondo nuovo, con il quale emozionerà generazioni di piccoli lettori grazie ai suoi personaggi-alter ego: il topo Federico, che mette da parte i colori per l'inverno, o il pesciolino Guizzino, che convince quelli come lui a unirsi per difendersi dai pesci grandi.

olivetti

Lettera 22

Nel frattempo – è il 1960 – ci si sposta ancora: Leo ha mollato grafica e advertising così come gli Stati Uniti ed è tornato in Italia, per la precisione a Porcignano nel Chianti, dove vivrà fino alla fine divertendosi a inventare, oltre ai libri illustrati che con Giulio Gianini diventeranno anche incantevoli cartoni animati, anche le sculture della sua "Botanica parallela", fatta di piante mai immaginate prima. Quante cose... arte, pubblicità, propaganda, grafica, bambini... come Munari, come tantissimi altri, Lionni sapeva che nella modernità i linguaggi sono comunicanti e che sperimentarli per parlare a tutti è un privilegio storico. Comunicatore e artista convivono, e non in via eccezionale, non perché il singolo autore sia “eclettico-poliedrico-versatile” ma perché è il linguaggio pubblico a essere intimamente connesso, non gerarchico, polifonico. "Per me, Arte era una parola generosa", scrisse. Non stupisce che la svolta di *Piccolo blu e piccolo giallo* sia nata in viaggio. Da un linguaggio all'altro.

piccolo_blu_piccolo_giallo.png

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO