

**ALBUM DA DISEGNO**

# Colorare non ha età

di **Sasha Carnevali**

Come comporre un tangram, risolvere un cruciverba o praticare lo yoga, colorare un disegno che ha fatto qualcun altro può essere molto distensivo: un piccolo piacere in grado di estraniarci dal quotidiano e riportarci all'età dell'oro in cui non avevamo altra responsabilità che sederci al banco dell'asilo e riempire con un pastello a cera le campiture di un orsacchiotto molto stilizzato.

Lo ha capito l'editore inglese Laurence King, che dal 2009 pubblica *colouring books* destinati al pubblico adulto. Nel suo ampio catalogo che spazia tra le arti grafiche e la fotografia, il best-seller assoluto è *Secret Garden* di Johanna Basford, un album che contiene 63 disegni caleidoscopici a tema piccola fauna e grande flora. Insieme a *Enchanted Forest* e ai vari *spin-off* (cartoline, diari, block notes), questi due volumi firmati dall'illustratrice scozzese hanno raggiunto la mirabile cifra di cinque milioni di copie vendute nel mondo. Distribuiti in 37 lingue, in Italia sono usciti per i tipi di Gallucci con i titoli *Il giardino segreto* e *La foresta incantata*; e anche da noi sono così ubiqui che li troverete anche negli Autogrill.

Come si fanno questi numeri? Per cominciare, i fan più accaniti della Basford comprano più copie dello stesso libro per provare tecniche diverse nel colorare i suoi schemi intricati fatti di fiorellini, foglie, insetti e uccelli che ricordano una certa iconografia tessile degli anni 60. Si riuniscono come nei più ordinari *book club* ma, invece di discutere un romanzo, si siedono vicini a una tazza di tè e a una fetta di torta e colorano come bambini che la mamma ha messo a fare merenda per-

ché si tranquillizzano. Discutono on line - tra blog, social network e recensioni su Amazon - quali matite, gomme per cancellare, temperini e pennarellini a china usare per coprire ogni dettaglio senza trapassare la carta. Qualcuno lamenta che questa è troppo sottile e che i pennarelli traspaiono dall'altra parte; altri li smentiscono. A causa della stampa fronte-retro, tanti si sono rammaricati di aver dovuto scegliere tra un disegno e l'altro da incorniciare - tanto che sono poi nati gli album di cartoncini pensati a questo scopo.

Secondo la Basford, che nel suo portfolio ha clienti come Starbucks, Nike e Sony, «la gente è eccitata all'idea di fare qualcosa di analogico e creativo in un momento storico in cui siamo tutti sopraffatti dagli schermi e da internet. E colorare non è così spaventoso come cominciare con un foglio o una tela bianca. È un modo formidabile di rilassarsi». Era stata lei a proporre un libro da colorare per adulti al suo editore, che l'aveva approcciata pensando a un pubblico più giovane. Quando uscì nel 2013, *Secret Garden* non fu targettizzato esplicitamente a una demografia che ha bisogno di staccare la spina dallo stress dell'ufficio, ma è in quella direzione che si è spostato in maniera del tutto naturale - così come era successo per i primi album dello stesso genere stampati dallo stesso Laurence King: *Tattoo Colouring* di Megamunden e *Let's Make Some Great Art* di Marion Deuchars.

Al traino del caso Basford, il mercato si è allargato nell'ultimo anno per esplodere negli ultimi sei mesi, facendo emergere altri nomi dal calderone degli illustratori prima conosciuti solo agli addetti ai lavori, come Patricia J. Wynne, celebre per gli animali e i disegni scientifici; Marty Noble, per i motivi mendhi e déco; Rosie Goodwin, Alice Chadwick e Zoé de

Las Cases, ingaggiate da Little, Brown per la serie *Splendid Cities* dedicata agli skyline più famosi del mondo.

Ci sono poi le collane dedicate: *Creative Haven* di Dover tratta di tutto, dai brutti maglioni natalizi ai gatti, dalle torte alle fate. *Really COOL Colouring Books* di Kyle Craig Publishing propone soprattutto moda, storia del costume e dell'interior design; *Coloring Books for Grownups* di Chiquita Publishing definisce i suoi *mandala floreali calm patterns*. A *Zen Coloring Book* di Race Point Publishing si avvale della consulenza di psicoterapisti per la progettazione di album intitolati *Color me calm*, *Color me happy*, *Color me stress-free*; *Angie's Extreme Stress Menders* di CreateSpace Independent Publishing Platform promette equilibrio interiore a ogni traccia di pennarello.

Sarà forse una moda passeggera, paragonabile ai terribili quadri *color by numbers* che decoravano le case americane negli anni 60 e 70, ma i sociologi stanno già riflettendo con una certa attenzione su questo fenomeno editoriale. Certo è facile considerare la facilità di adozione di questo hobby: un libretto e un astuccio di matite sono un passatempo tascabile, «sano ed economico» - per citare con orgoglio campanilistico la nostra Settimana Enigmistica. Ma può esserci di più? Si parla ormai di un *Peter Pan market* destinato a chi ha bisogno di tornare bambino per recuperare se stesso: tanto che a New York è stato avviato un asilo nido per adulti che passano la giornata a fare girotondi, incollano brillantini su tappi di sughero e fanno la nanna dopo la pappa.

C'è così tanto da disquisire che ne potrebbe nascere un nuovo genere saggistico capace di riempire gli scaffali del *self-help*, del *marketing*, dell'antropologia e della psicologia... ma sarà capace di vendere cinque milioni di copie?



**BEST SELLER** | Gli album di Johanna Basford hanno venduto cinque milioni di copie nel mondo

