Linguaggi ibridi.

I progettisti grafici italiani e il computer come nuovo strumento di progetto tra gli anni Ottanta e Novanta.

Università Iuav di Venezia
Dottorato in Architettura, Città e Design

Curriculum in Scienze del Design
XXXIII° Ciclo

Dottoranda:
Monica Pastore

Supervisor:
Fiorella Bulegato
Correlatrice:
Maddalena Dalla Mura

A mio padre, che ha visto l'inizio
di questa tesi, ma non la sua fine.

Indice

Introduzione 11

1. L'arrivo del personal computer: un nuovo strumento fra progetto e produzione 19

1.1 Dai millimetri al bit: l'avanzare delle nuove tecnologie 20

1.1.1 Prima del personal computer 21

1.1.2 *What you see is what you get* 26

1.2 Dalla scrivania fisica a quella virtuale: come cambia il processo progettuale 28

1.2.1 I vantaggi del computer *Macintosh* 28

1.2.2 L'immediata diffusione della tipografia digitale nella scrivania virtuale 31

1.3 Le riviste internazionali come luoghi del dibattito sui nuovi linguaggi visivi 35

1.3.1 L'esperienza di *Emigre* e la diffusione di nuove istanze internazionali (1984-1994) 36

1.3.2 *Octavo. The international journal of typography,* uno spazio indipendente di sperimentazione tra analogico e digitale (1986-1992) 47

1.3.3 *Eye: the international review of graphic* design uno sguardo maturo della trasformazione digitale (1990-1999) 53

1.4 La rivoluzione digitale e il movimento della New Wave grafica nell'editoria libraria internazionale) 63

1.5 Elementi costitutivi del nuovo linguaggio 69

2. I progettisti grafici italiani al computer: una lenta trasformazione 75

2.1 Il futuro non è mai come te lo saresti aspettato: la diffusione del computer nel territorio italiano 76

2.1.1 La propagazione della strumentazione elettronica e digitale in Italia: un rapporto conflittuale 77

2.1.2 L'arrivo della 'mela' in Italia 80

2.1.2.1 Il rapporto tra i progettisti grafici e i computer Apple 83

2.2 L'eredità della grafica di Pubblica Utilità e la *Carta del progetto grafico* 87

2.2.1 La prima Biennale della grafica di Cattolica (1984): la maturazione di una stagione oramai conclusa 88

2.2.2 Le intenzioni della *Carta del progetto grafico* 93

2.2.3 I contenuti della *Carta del progetto grafico* 95

2.3 Dall'analogico al digitale, l'evoluzione del progetto grafico italiano attraverso reazioni contrastanti e la nascita di nuovi ambiti progettuali 97

2.3.1 Il processo progettuale, dalla composizione 'a freddo' a quella digitale 97

2.3.2 La formazione di nuovi ambiti progettuali della grafica 101

2.3.2.1 Progetti per la 'pagina schermo' 101

2.3.2.2 Tipografia digitale italiana 105

2.4 Linguaggi ibridi italiani negli 'anni del contatto': dalla fotocopia alle prime contaminazioni digitali 108

3. Un cambio di prospettiva: le riflessioni e le risposte della comunità dei grafici 115

3.1 Il silenzio-assenso delle riviste di settore italiane sull'avvento e la presenza del computer 116

3.1.1 *Linea grafica* e la presenza controversa del digitale (1984-2000) 118

3.1.2 Il computer, il *desktop publishing* e gli strumenti elettronici come nuove tecnologie nelle pagine di *Graphicus* (1984-1998) 133

3.2 L'Aiap come luogo di osservazione dello scenario grafico in transizione 136

3.2.1 Dall'ideazione di *Grafica* (1985-1995) ai numeri di *Notizie Aiap* (1992- 2001), una rivoluzione poco avvertita 137

3.2.1.1 *Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia* 137

3.2.1.2 I bollettini Aiap 142

3.2.2 "Il computer: strumento rivoluzionario?". Le riflessioni della delegazione Aiap Lazio nel bollettino *Ugo* (1993-1994) 148

3.2.3 *Il progetto digitale. La progettazione di comunicazione visiva e lo strumento informatico* (1995): un tentativo di monitoraggio dello scenario italiano 151

3.3 Lo sguardo altrove, le mostre e le istituzioni che mettono in scena il cambiamento digitale 156

3.3.1 Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny come "bottega del computer" 157

3.3.1.1 *Pacific Wave, Californian Graphic Design* (1987) 160

3.3.1.2 *Fortuny Graphic* (1987 e 1995) 166

3.3.2 *Zuppa digitale* (1996 e 1999) 168

3.3.3 *Quattro stelle. Graphic design in Europa* (1993) 171

3.3.4 *David Carson in Italia* (1996-97) 174

4. La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative 177

4.1 La diffusione della cultura elettronica e digitale nella scena musicale e artistica italiana degli anni Ottanta e Novanta 178

4.1.1 Le città di Bologna e Firenze come principali centri di propagazione del movimento New Wave 180

4.1.2 Fare rete: i festival come canali di diffusione della contaminazione 183

4.2 La rivista *Video Magazine*: un singolare luogo d'esplorazione dei confini tra computer grafica e computer art 186

4.3 Il progetto grafico e il computer nei luoghi di contaminazione delle arti performative e della musica 191

4.3.1 I GMM, Mario Sasso e *Mister Fantasy* al Festival Arte Elettronica di Camerino (1985-1986) 192

4.3.2 Progetti grafici digitali e sperimentali a *NigthWave. Rassegna ed eventi di musica, tendenza e culture club* (1996-1998) 197

5. Alla ricerca di una nuova identità: i confronti, le frammentazioni e le nuove possibilità dei linguaggi digitali 205

5.1 Apocalittici, integrati e tecno-entusiasti: generazioni a confronto 206

5.1.1 La 'generazione di mezzo' 208

5.1.2 La 'generazione tecno-entusiasta' 211

5.2 Nuove geografie progettuali: le realtà periferiche italiane vs la centralità milanese del design 216

5.2.1 Venezia e il nordest italiano 217

5.2.2 Modena e le altre realtà emiliano-romagnole 219

5.2.3 Firenze 224

5.2.4 Milano è ancora l'epicentro del graphic design italiano? 226

5.3 L'incidenza della committenza nella diffusione dei linguaggi sperimentali e digitali 229

5.4 La grafica digitale italiana vista dall'estero tra assenze e realtà complesse 232

5.4.1 I grafici italiani nelle riviste internazionali di settore 235

5.4.1.1 Roberto Barazzuol nelle pagine di *Emigre* (1986-1997) 235

5.4.1.2 Sergio Polano racconta lo scenario contemporaneo italiano nella testata olandese *Affiche* (1993) 237

5.4.1.3 *The Italian Issue* nella rivista *Print magazine* (1993) 240

5.4.1.4 La grafica italiana nelle pagine di *Novum – world of graphic design* (1997-2003) 244

6. Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento 261

6.1 I progetti per lo schermo: videografica, multimedia e dintorni 262

6.1.1 Le esperienze pionieristiche di Mario Convertino (1981-1990) 263

6.1.1.1 La videografica per la sigla televisiva di *Mister Fantasy* (1981-1982) 265

6.1.1.2 *Immagina – segni e sogni del nostro tempo* (1987) 269

6.1.2 I Giovanotti Mondani Meccanici, il primo computer fumetto e *Le avventure di Marionetti* (1984-86) 271

6.1.3 Gianni Sinni e le prime esperienze multimediali della webzine *Tlön* (1996-1998) 275

6.2 I progetti con lo schermo: output digitale sulla carta 278

6.2.1 La singolare esperienza della rivista *Climax* (1994-1998) 279

6.2.2 L'editoria underground si confronta con quella istituzionale: le riviste *Cube* (1993-1997) ed *Extra* (1995-1996) 283

6.2.3 Le icone grafiche della notte 288

6.2.3.1 L'esperienza collettiva di Loew Associati (1995-1999) per il Link project di Bologna 289

6.2.3.2 La *club culture* italiana interpretata da Patrizia Di Gioia, Alessandra Morcella e Stefano Tonti 291

6.3 Fontology, una chimera nello scenario del type design digitale italiano 294

Conclusioni 367

7.1 Essere o non essere considerati New Wave? La complessità dell'identità contemporanea della grafica italiana 367

7.2. Il nuovo Millennio e l'inarrestabile resa al digitale? 369

>> apparato 1 testimonianze orali 373

>> apparato 2 materiali d'archivi 603

bibliografia 607

ringraziamenti 631

Introduzione

La ricerca si inserisce nell'ambito della storia del graphic design, indagando un periodo alquanto recente della grafica italiana – che va dall'inizio degli anni Ottanta del Novecento alla fine del decennio successivo – nel quale l'avvento del computer e la diffusione del *desktop publishing* travolgono e modificano profondamente tutto l'ambito del progetto grafico. Difatti, come scrive la ricercatrice Emily McVarish nell'introduzione del saggio *Inflection point* [1], dedicato alle pionieristiche esperienze statunitensi, il graphic design è stato uno dei primi settori a essere completamente trasformato dal personal computer, che da una parte ha offerto molte opportunità ai progettisti grafici, ma dall'altra ha posto loro problemi e sfide ancora oggi al centro del dibattito professionale.

Sull'impatto di questa 'rivoluzione' in Italia le ricostruzioni sono ancora molto limitate. A tal proposito, è significativo che, nel 2016, numero 8 della rivista italiana *AIS/Design. Storia e ricerche* dal titolo *Gli anni del contatto: graphic design, nuove tecnologie e nuovi media* dedichi l'intera trattazione alla relazione tra grafica e nuove tecnologie, con l'intento appunto di indagare un fenomeno poco esaminato e quasi privo di studi documentali. La scelta dei curatori del fascicolo evidenzia esattamente quanto sia necessario portare alla luce e cominciare a ricomporre questo tema sviluppatosi in "un panorama eterogeneo e reso accidentato dall'andamento frenetico e tumultuoso degli sviluppi tecnologici nel settore"[2] per colmare l'evidente vuoto storiografico.

Come altrove, anche nel nostro Paese la diffusione del computer nell'ambito del progetto iniziata nei primi anni Ottanta mette in atto infatti una vera e propria 'rivoluzione' – in questo caso digitale – modificando gli assetti teorici, critici e pratici del graphic design come professione. Si assiste in quegli anni a una modificazione della produzione grafica dal punto di vista sia estetico ed espressivo, sia dell'iter progettuale e della catena produttiva a esso collegata. Non da ultimo, il rapporto tra i designer e le nuove tecnologie, che permettono una maggiore libertà di sperimentazione rispetto al passato e che soprattutto accorciano i tempi di ideazione e di produzione del progetto, rinnovano quelli esistenti e al contempo danno vita a nuovi ambiti di applicazione del graphic design, come la videografica, la tipografia digitale, il web o l'interaction design, introducendo inediti criteri e prassi di progetto.

Al contempo però, l'introduzione di un differente mezzo di progettazione e di produzione, come il computer e le sue attrezzature periferiche, che ha permesso *in primis* una democratizzazione dell'uso degli strumenti e secondariamente l'emergere di nuovi

1 McVarish, E., *Inflection point*, [2017] in www.emigre.com/assets/file/pdf/InflectionPoint.pdf, p. 6.

2 Cfr. Dalla Mura, M., Riccini, R., Vinti, C., *Una storia da scrivere, anzi in fase di scrittura*, in "AIS/Design. Storia e Ricerche", 8, 2016, p. 7. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/156/143.

media, mette in crisi la professione, tanto da creare allarmismo tra gli addetti ai lavori e da profetizzare la morte del graphic design come professione specifica[3]. A distanza di più di trent'anni dalla diffusione del *desktop publishing* quanto predetto al momento non sembra essersi compiuto, perciò si possono considerare maturi i tempi per poter condurre un'indagine dedicata al panorama della grafica italiana con una prospettiva storica e non più con l'attenzione alla cronaca del presente, tentando di offrire una prima approfondita ricostruzione su quanto è accaduto, e colmando una lacuna storiografica.

Inoltre, l'urgenza della ricerca si origina anche dall'esigenza di dare voce alle storie del progetto grafico italiano considerate finora marginali, cercando di proporre una narrazione storica diversa e meno canonica[4], non solo composta dalle vicende dei cosiddetti 'grandi maestri' degli anni Cinquanta e Sessanta, ma anche dai volti e dalle esperienze di progettisti 'minori' che hanno concorso e concorrono ancora alla costruzione di una realtà progettuale più completa e complessa, arricchendo così la cultura del progetto.

▸ Metodologia della ricerca

La ricerca è stata svolta adottando la metodologia consueta negli studi di storia del design, ossia combinando contenuti ricavati da fonti primarie, comprendenti diverse tipologie di materiali d'archivio e testimonianze orali, con fonti secondarie.

Per affrontare questa ricostruzione è stato privilegiato soprattutto il punto di vista dei progettisti in relazione alle loro esperienze e ai rapporti con la strumentazione digitale e quindi sono stati consultati i materiali provenienti dai loro archivi e da quelli dei loro committenti[5]. In particolare, sono stati analizzati e confrontati i loro artefatti comunicativi più significativi per identificare gli approcci e i linguaggi specifici del periodo esaminato che, per diverse ragioni, mettono in evidenza i fattori fondamentali per comprenderne le vicende: la strumentazione digitale utilizzata; la tipologia di committenza; la generazione di appartenenza del progettista; l'ambito progettuale in cui si sviluppano; le principali influenze; le collaborazioni instaurate; i caratteri dei linguaggi espressivi.

Proprio sulla base di questi fattori sono stati individuati i casi studio, ulteriormente suddivisi in due categorie progettuali: quelli ideati esclusivamente per il monitor, quindi non pensati per la stampa ma per altri medium; quelli progettati con il computer ma programmati con un esito cartaceo e si sviluppano in ambiti progettuali più tradizionali.

Vanno inoltre sottolineate le molteplici motivazioni che principiano alla scelta di avvalersi delle testimonianze orali – di progettisti grafici, storici, curatori e operatori degli eventi culturali organizzati in quegli anni in Italia – come strumento dell'indagine storica[6]. *In primis* la ridotta presenza di fonti primarie e secondarie relative al periodo storico indagato, in secondo luogo tali documenti sono l'unica attestazione attiva e diretta di quella esperienza di transizione. Inoltre, l'estrema difficoltà a rintracciare materiali – a eccezione di pochi casi isolati – sia per la difficile accessibilità degli archivi di grafici e delle istituzioni, spesso privati e non strutturati, sia per l'obsolescenza dei sistemi informatici, dei software applicativi impiegati per la realizzazione degli artefatti comunicativi dell'epoca e dei supporti di archiviazione – floppy disc, cd rom e affini – rende le testimonianze orali una delle poche fonti certe. Si ricordi anche che l'avvento di Internet è successivo al periodo analizzato, o per lo meno i primi siti web promozionali degli studi grafici compaiono a partire dagli anni Duemila, e l'interesse per questa tematica è recente, quindi anche la presenza di materiali digitalizzati e online riguardanti il periodo precedente è molto esigua.

La scelta dei progettisti individuati come testimoni diretti si basa su due criteri principali: il primo principia dalla periodizzazione della storia della grafica italiana riportata dallo storico e progettista Mario Piazza nel saggio *Graphic design and the history of Graphic design in Italy*[7], dove colloca i principali protagonisti in sequenza per data di nascita. L'autore, difatti, individua una periodizzazione, dal 1930 al 2009, che riflette l'evoluzione della professione e tiene conto anche delle dinamiche del contesto socio-economico e tecnico. Se da un lato, questo tipo di categorizzazione è utile per inquadrare i protagonisti del graphic design italiano negli ultimi trent'anni, molti dei quali non sono presi in considerazione nelle opere storiografiche finora pubblicate, dall'altro però non distingue i campi di interesse, i linguaggi espressivi e gli approcci dei progettisti stessi, ed opera alcune comprensibili semplificazioni. Per questo è stato necessario introdurre un secondo criterio che include le chiavi di lettura appena citate ignorate da Piazza, e l'individuazione dei contributi di questi progettisti nelle pubblicazioni di settore internazionali.

▸ Struttura della ricerca

La ricerca si articola in sei capitoli principali. Nel primo capitolo si ricostruiscono sia il panorama della grafica internazionale tra la prima metà gli anni Ottanta e gli anni Novanta – periodo in cui avviene la rivoluzione digitale nell'ambito del graphic design –, sia le riflessioni condotte in quel momento e le nuove istanze maggiormente diffuse.

3 Blackwell, L., *The end of print: the graphic design of David Carson*, London: Laurence King Publishing, 2000, seconda edizione.

4 Si veda il dibattito a livello internazionale che annovera, fra gli altri, contributi come quello di Martha Scotford, *Is there a canon og graphic design history?* del 1991 o, più recentemente, di Teal Triggs, *Graphic design history: past, present and future* del 2011, e di Aggie Toppins, *Can we teach graphic design history without the cult of hero worship?* del 2020. In una prospettiva più ampia per la storia del design, si possono confrontare i testi di Victor Margolin, il volume *World History of design* del 2015 e l'articolo *Design in history* – nel numero 2 del 2009 della rivista Design Issue –, o l'emersione dell'importanza delle storie 'regionali' (Fallan, K., Lees-Maffei, G., *Designing worlds: national design histories in an age of globalization*, 2016 in https://www.jstor.org/stable/j.ctv8bt1mv).

5 I progettisti esaminati sono: Roberto Barazzuol (Pieve di Soligo TV, 1958), Matteo Bologna (Milano, 1965), Remo Boscariol (Conegliano Veneto TV, 1975), Giacomo Callo (Livorno, 1964), Giorgio Camuffo (Venezia, 1955), Mauro Carichini (Rimini, 1965), Patrizia Poli Convertino (Parma, 1961), Patrizia Di Gioia (Milano, 1966), Maddalena Fabbri (Rimini, 1965), Sebastiano Girardi (Venezia, 1965), Antonio Glessi (Gorizia, 1954), Lodovico Gualzetti (Sondrio, 1959), Alessio Leonardi (Firenze, 1965), Giovanni Lussu (Roma, 1944), Alessandro Jumbo Manfredini (Modena, 1962), Graziano Mannu (Olbia SS, 1976), Sergio Virginio Menichelli (Milano, 1967), Francesco Messina (Udine, 1955), Alessandra Morcella (Orvieto TR), Elisabetta Ognibene (Modena, 1957), Luciano Perondi (Busto Arsizio VA, 1976), Gianluigi Pescolderung (Brescia, 1953), Mario Piazza (Gorgonzola MI, 1954), Daniela Piscitelli (Napoli, 1962), Katia Scarpellini (sorella del progettista Vincenzo Scarpellini deceduto nel 2006), Fabrizio Schiavi (Ponte dell'Olio PC, 1971), Silvia Sfligiotti (Milane, 1967), Gianni Sinni (San Giovanni Valdarno FI, 1960), Paolo Tassinari (Trieste, 1955), Stefano Tonti (Rimini, 1964).

6 Sull'importanza delle fonti orali nella storia del design contemporaneo si vedano: De Bondt, S., De Smet, C., *Graphic design: history in the writing (1983-2011)*, London: Occasional Papers, 2014; Sandino, L., *Introduction oral histories and design: objects and subjects*, in "Journal of Design History", vol.19, 4, 2006, pp. 275-282. Disponibile online: www.jstor.org/stable/4123013?seq=1#page_scan_tab_contents [08.06.2020] Sandino, L., *Speaking about things: oral history as context*, in "Working papers on design", 2007. Disponibile online: www.herts.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0017/12329/WPD_vol2_sandino.pdf [08.06.2020].

7 Le fasi individuate da Mario Piazza sono le seguenti: 1. 1930-1949 Lo stile italiano. I maestri; 2. 1950-1969 International style. Il made in Italy; 3. 1970-1989 La critica. La grafica per la Pubblica utilità; 4. 1990-2009 Il decostruttivismo. L'età digitale. Si veda: Piazza, M., *Graphic design and the history of graphic design in Italy*, in Benincasa A., Camuffo, G., Dalla Mura, M., Upmeier, C., Vinti, C. (a cura di), *Graphic design: history and practice*, Bolzano: bu,press, 2016, pp. 109-132.

Le vicende sono affrontate mettendo a confronto gli articoli che esplorano tali questioni nelle principali riviste di settore estere; testimonianze scritte coeve, che affrontano il cambiamento in atto in particolare nei contenuti e nelle vesti grafiche.

L'analisi principia da queste fonti perché, come si vedrà nei successivi capitoli, le pubblicazioni italiane risultano spesso frammentare e poco esaustive. Inoltre partendo dalla ricostruzione sommaria del panorama internazionale è possibile, da una parte, raffrontare e, dall'altra, cogliere le differenze, fino a individuare le cause determinanti del ritardo della diffusione del personal computer e le sue ripercussioni sulla realtà italiana. Un'ulteriore ragione per cui questo studio parte della letteratura straniera, anche al di fuori delle riviste, è data dalla mancanza di volumi sull'argomento che trattano lo scenario italiano.

Ne deriva, a ragion veduta, che l'intera vicenda è ricostruita soprattutto dal punto di vista della produzione editoriale anglosassone, fino ad oggi predominante sul tema in quanto l'epicentro della rivoluzione digitale è da collocare soprattutto nelle realtà americane e inglesi. Ciò per molteplici ragioni: la prima meramente geografica legata al luogo di ideazione e di produzione dei personal computer, ossia la California – si ricordi che l'azienda Apple è situata a Cupertino nella Silicon Valley –; la seconda di natura linguistica; la terza di genere economico. Per quanto riguarda la questione linguistica, i primissimi computer sono commercializzati in lingua inglese e spesso il gap verbale influenza la loro rapida diffusione nei Paesi con un diverso idioma. Infine, l'ultimo aspetto, quello di natura economica, evidenzia come l'alto costo della strumentazione ritardi la propagazione della strumentazione digitale nelle Nazioni con una situazione più debole rispetto agli Stati Uniti.

A partire dal secondo capitolo, invece, si indaga lo scenario italiano, *in primis* analizzando la diffusione del personal computer in un contesto socio-culturale più ampio, per comprendere meglio le cause dell'effettivo ritardo tecnologico italiano e l'incidenza della presenza di Apple Italia nella diffusione della strumentazione digitale nell'ambito del graphic design. Contemporaneamente il contesto progettuale in cui si inserisce la rivoluzione digitale in Italia è affrontato attraverso due questioni importanti dello scenario di quegli anni: 1. l'affermazione e la successiva conclusione della stagione della grafica di Pubblica Utilità con la conseguente stesura della *Carta del progetto grafico*, che si prefigge di definire lo stato della professione e il ruolo dei progettisti a partire dalle riflessioni condotte in parte sull'imminente trasformazione digitale; 2. le reazioni e gli atteggiamenti scaturiti all'interno della comunità dei designer italiani negli 'anni del contatto' con il digitale, perché servono ad analizzare principalmente i cambiamenti in atto. Questi ultimi riguardano anche l'ideazione di nuovi ambiti di applicazione della grafica, come la videografica introdotta da Mario Convertino nel 1981 e la tipografia digitale, così come lo sviluppo di linguaggi integrati caratteristici del panorama italiano in questo periodo. Linguaggi che fin dall'inizio sono condizionati dall'uso sempre più predominante dell'immagine fotostatica e che appaiono ibridi, a cavallo tra la prassi analogica e quella digitale.

Nel terzo capitolo continua l'indagine del panorama della grafica italiana per ricostruire sia il dibattito attorno al digitale sia la tipologia di riflessioni condotte. L'analisi inizia dalle fonti periodiche – le testate storiche (*Linea Grafica*, 1946-2007; *Graphicus. Rassegna mensile del progresso grafico,* 1920-2017) e quelle direttamente promosse e pubblicate dall'Aiap (*Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia,* 1985-1995; i due bollettini interni *Quaderni Aiap,* 1983-1990 e *Notizie Aiap,*1991-2001) e quello della delegazione Aiap Lazio (*Ugo,* 1993-1994) –, fornisce un quadro a volte frammentario e spesso incapace di un apporto significativo come è accaduto altrove nel corso in quegli anni. Rispetto alle tematiche introdotte dal digitale prevale infatti un atteggiamento quasi silente, sintomatico di una sorta di inavvertenza verso il fenomeno in atto, che

appare poco dibattuto anche laddove, nel caso delle riviste *Linea Grafica* e *Notizie Aiap*, si dovrebbero aprire occasioni di confronto. Quello che si percepisce soprattutto in diversi articoli è un comportamento contraddittorio rispetto alle nuove tecnologie che spesso evidenzia un lato molto conservatore del panorama grafico italiano. Pertanto la ricerca degli spazi di confronto sul tema prosegue evidenziando invece il fondamentale contributo di alcune istituzioni culturali capaci, collegando eventi e figure, di svolgere un ruolo di apripista nella diffusione del graphic design degli anni Ottanta e Novanta.

Va però evidenziato che il dibattito sul digitale in Italia avviene per primo in altri campi tangenti a quello della comunicazione visiva, in particolare negli ambiti artistico e musicale rivoluzionati per primi dall'introduzione della strumentazione elettronica e dopo da quella digitale. Di questo apporto si occupa il quarto capitolo. Difatti il linguaggi digitali sperimentali dei primissimi anni Ottanta appartengono a zone di confine dove avviene la maggiore contaminazione dei saperi e dei media. Basti pensare che, per quanto riguarda le arti visive, il periodo è connotato da un clima culturale dinamico e costellato dall'ideazione di una moltitudine di festival e rassegne che si occupano di arte elettronica, dove rientra per diverse ragioni il nuovo ambito progettuale della videografica.

Inoltre negli stessi spazi di tangenza si affermano sempre più le subculture[8], lontane per certi versi dalla cultura istituzionale, che attraverso una serie di iniziative contribuiscono a modificare lo scenario culturale specialmente in alcuni centri urbani dell'area centro-settentrionale italiana. Un ulteriore aspetto discusso nel quarto capitolo è appunto la presenza di diverse realtà progettuali periferiche che, memori dell'eredità della stagione della Grafica di Pubblica Utilità, continuano a generare contesti culturali e produttivi più innovativi rispetto a quello dell'epicentro milanese, configurandosi come più propensi ad abbracciare con entusiasmo le nuove strumentazioni digitali.

Le tematiche affrontate nei primi quattro capitoli introducono perciò gli esiti della rivoluzione digitale sulla scena della grafica italiana che vengono specificatamente affrontati nel quinto capitolo. Innanzitutto, dalla registrazione degli atteggiamenti emersi di fronte al cambiamento e dei conseguenti approcci messi in campo in quegli anni si ricava una suddivisione dei grafici italiani di tipo generazionale in tre principali tipologie: 1. gli apocalittici, ovvero i 'maestri' della tradizione; 2. la 'generazione di mezzo', ossia gli 'integrati'; 3. la 'generazione tecno-entusiasta'. Ciascuna di esse possiede peculiarità che influenzano moltissimo i linguaggi adottati in questo periodo di transizione. Nello specifico nella 'generazione di mezzo' è facile riconoscere un approccio integrato, in cui convivono prassi, tecniche e linguaggi sia analogici sia digitali, tipici del passaggio vissuto, mentre nei progettisti più giovani l'influenza dello scenario internazionale è evidente sia nell'uso della tipografia espressiva sia nella decostruzione delle gabbie d'impaginazione sia, ancora, nell'impiego di immagini massicciamente elaborate con i software. Di contro però, questi ultimi sono più favorevoli a occuparsi anche di nuovi ambiti progettuali e a esplorare, in particolare, le sfide poste dalla multimedialità o dal web design.

In questo capitolo emergono anche i risultati di quelle realtà geografiche periferiche rispetto alla città di Milano, individuate nel capitolo precedente, concentrate più o meno nell'area centro-settentrionale della penisola. In queste aree, grazie a una serie di particolari coincidenze, spesso legate all'intraprendenza e al contesto produttivo della zona, si assiste all'ideazione di progetti inediti, come una rivista interamente dedicata ai

8 In questo caso per subcultura si intendono sia ambiti visivi specifici come il fumetto, la street art e lo *street wear*, la comunicazione dei movimenti di protesta, sia gli spazi collettivi dove si sviluppano maggiormente certi generi musicali, artistici e performativi, come i centri sociali occupati, le discoteche e le etichette musicali indipendenti.

giovani progettisti, intitolata *Climax*, o la prima webzine, *Tlön*, sempre relativa alla scena del progetto grafico contemporaneo.

Infine l'ultimo capitolo della ricerca è dedicato ai casi studio, ovvero all'analisi di una selezione degli artefatti grafici ritenuti più rappresentativi del periodo sia per i linguaggi innovativi impiegati sia per la tipologia di nuovi ambiti progettuali che introducono nello scenario della grafica italiana. Questi progetti, oltre a essere realizzati interamente con il computer, sono la conseguenza diretta del contesto in cui sono ideati, aggiudicandosi così lo *status* di casi studio all'interno di questa ricerca. A ben guardare a influenzare i risultati finali di siffatti progetti grafici concorrono anche due ulteriori aspetti: la padronanza tecnica del linguaggio del mezzo da parte dei progettisti e il supporto per il quale il progetto è ideato, aspetti che condizionano non solo la veste grafica, ma che ne determinano sia la modalità con cui sono stati realizzati sia la tipologia dell'ambito progettuale a cui appartengono.

Nello specifico gli esempi individuati come casi studio sono suddivisi in due categorie, identificate attraverso il supporto per il quale sono ideati: progetti per lo schermo e progetti per la stampa. Si ricordi, infatti, che il computer ha introdotto, fin dagli esordi, una nuova visualizzazione a monitor del graphic design, generando persino nuovi settori progettuali, il primo fra i quali è la videografica – sviluppata all'interno della comunicazione broadcasting televisiva e artistica, come nei progetti di Mario Convertino e dei Giovanotti Mondani Meccanici –, e successivamente, a partire dagli inizi degli anni Novanta, la grafica interpersonale, intesa come web design e multimedialità. Quest'ultimi ambiti non sono stati volutamente affrontati in questa ricerca, fatta eccezione per il caso della webzine *Tlön,* un progetto ibrido a metà strada tra il web design e la grafica editoriale.

Per quanto riguarda invece i progetti della seconda categoria sono stati presi in considerazione quelli che da una parte descrivono meglio la scena grafica contemporanea italiana e danno voce e spazio alla 'generazione tecno-entusiasta', e dall'altra utilizzano approcci e linguaggi connotativi di una pagina stampata volutamente più interattiva e con un'estetica in contrapposizione agli stilemi linguistici della tradizione.

La ricerca si conclude con gli apparati che raccolgono le fonti primarie utilizzate per la ricostruzione della vicenda: il regesto di alcuni materiali degli archivi visitati e la trascrizione delle testimonianze orali sia dei progettisti sia di figure di vario tipo – critici, storici, responsabili delle istituzioni culturali e di aziende private coinvolte nella promozione della cultura digitale.

Due ultime note metodologiche. Purtroppo una parte consistente della ricerca è stata svolta durante l'emergenza pandemica dovuta al Covid19 e, di conseguenza, ha sofferto della difficoltà di reperire ulteriore materiale a causa della chiusura forzata di alcuni archivi pubblici e privati. Questa situazione ha compromesso anche la possibilità di incontrare altri possibili testimoni menzionati. Rispetto alla traduzioni dei testi inglesi, si precisa infine che la scelta di non tradurre alcune citazioni è dovuta al fatto che talvolta i concetti rendono meglio ciò che vogliono esprimere nella lingua in cui vengono ideati.

1.

L’arrivo del personal computer: un nuovo strumento fra progetto e produzione

L’avvento del personal computer e del desktop publishing negli anni Ottanta ha innescato una vera e propria rivoluzione nel campo del graphic design. Le trasformazioni portate dall’introduzione della strumentazione digitale cambiano un po’ alla volta sia la prassi di produzione del progetto grafico sia l’identità dei progettisti fino all’introduzione di nuovi linguaggi espressivi e ambiti progettuali. Il capitolo affronta questi cambiamenti da diversi punti di vista, *in primis* si analizza la trasformazione dei mezzi di produzione della grafica nel passaggio dall’analogico al digitale, in secondo luogo si approfondiscono alcuni momenti chiave del dibattito internazionale relativo a tale trasformazione; infine si riflette sui cambiamenti apportati negli approcci e nei linguaggi espressivi impiegati da progettisti.

È fondamentale sottolineare che l’indagine condotta introduce soprattutto le vicende della rivoluzione digitale nello scenario del graphic design internazionale, partendo da quello statunitense dove è ideato il computer e dove per primo si attua il passaggio dall’analogico al digitale, fino ad ampliare lo sguardo verso le altre realtà europee sempre di lingua anglofona come la Gran Bretagna, finora considerate le maggiori protagoniste di questa vicenda contemporanea. Difatti la narrazione e la ricostruzione dello scenario dei Paesi anglofoni di quegli anni costituisce finora il principale oggetto di studio nella storia della grafica e, partire dal quadro generale, permette di individuare soprattutto quali sono da un lato i principali protagonisti di questa storia e gli apporti dei linguaggi, e dall’altro le tematiche affrontate nei dibattiti di quel preciso arco temporale.

La trattazione parte dalla analisi dell’apparato strumentale della produzione tipografica e grafica nell’epoca predigitale; si tratta quindi di apparecchiature già esistenti – identificati come strumentazione elettronica – come la fotocomposizione per gli aspetti

tipografici e la reprocamera o la fotocopiatrice per quelli iconografici, che piano piano, dopo un breve periodo di convivenza, cedono il posto al computer e alle periferiche come la stampante, lo scanner e le workstation utilizzate specificatamente nell'ambito della produzione video.

Dopo questo primo approfondimento tecnologico relativo alla fase predigitale si introducono le innovazioni del personal computer prima attraverso la trattazione degli aspetti innovativi tecnici, dopo con l'identificazione di quelli più pertinenti alla professione grafica come: la prassi produttiva; la ridefinizione degli spazi del luogo di lavoro; il rapporto con alcune figure tecniche di supporto, come i fotocompositori e i tipografi; la nuova ridefinizione del ruolo del progettista; la gestione autonoma della tipografia digitale; la nascita di nuovi ambiti progettuali e linguaggi espressivi.

Alcuni di questi aspetti vengono successivamente affrontati attraverso la disamina delle più significative riviste internazionali di settore, quali la californiana *Emigre* (1984-1994) e le inglesi *Eye magazine* (1990-1999) e *Octavo. The International Journal of Typography* (1985-1992), tre realtà editoriali istituite e pubblicate nel periodo storico indagato, differenti negli intenti e nella modalità di approfondimento dei contenuti relativi alla rivoluzione digitale, oltre che nella veste grafica.

Inoltre, per fornire un quadro più approfondito e completo degli ultimi due decenni del secolo scorso, si prendono in considerazione anche gli esiti della trasformazione digitale e del movimento della New Wave grafica internazionale, a cui spesso vengono attribuite le prime sperimentazioni digitali, attraverso l'esame delle più importanti pubblicazioni storico-critiche di settore.

Ciò che emerge dalle pagine dei volumi analizzati – manuali o grandi opere di ricognizione e altre monografie dei progettisti più innovatori – riguarda in parte tematiche già evidenziate nei dibattiti avvenuti nelle riviste, per esempio la questione della leggibilità della tipografia espressiva. Per di più, grazie all'esame di tali pubblicazioni è possibile rintracciare quali sono gli elementi costitutivi dei nuovi linguaggi digitali che permeano lo scenario di quegli anni: l'estetica bitmap caratteristica dei primissimi anni Ottanta; la stratificazione dei livelli compositivi, in cui si sovrappongono e si mescolano segni provenienti da diversi media; la tipografia espressiva; la decostruzione della gabbia; le immagini fotografie con l'effetto *blur*.

Infine, l'individuazione dei nuovi linguaggi espressivi introdotti dal computer serve soprattutto a costruire delle categorie di lettura utili per l'indagine dei casi studio italiani che saranno affrontati nel capitolo 6 di questa ricerca.

1.1 Dai millimetri al bit: l'avanzare delle nuove tecnologie

Gli anni Ottanta si configurano per la storia del graphic design come anni di radicali cambiamenti internazionali registrando, come afferma Mario Piazza, "un significativo mutamento di scenario per il progetto grafico"[1]. In questo periodo infatti da una parte si consolidano i processi di rinnovamento e di configurazione di nuovi linguaggi visivi e modalità di progettazione, innescati a partire dalla fine degli anni Settanta, e dall'altra si introducono inedite prassi di realizzazione e produzione del graphic design, dovute all'avvento di nuove tecnologie digitali.

Inoltre le profonde trasformazioni non solo dei contesti tecnologici, ma anche di quelli economici, sociali e culturali, danno vita a un differente approccio al progetto grafico, restituendo un'interpretazione del 'mondo' più espressiva e contaminata dai linguaggi provenienti specialmente dai nuovi media.

Prima di individuare e di affrontare nella trattazione della ricerca i mutamenti dal punto di vista delle istanze visive, è necessario identificare *in primis* le trasformazioni tecnologiche degli strumenti utilizzati nella progettazione e nella produzione grafica, perché saranno loro i principali fautori della svolta[2].

Nello scenario della grafica internazionale il protagonista indiscusso delle modificazioni degli strumenti della progettazione, essenziale per il passaggio dall'analogico al digitale in corso nei primissimi anni Ottanta, è il personal computer. Il primo modello commerciale apparso per la prima volta negli Stati Uniti nel 1981 è l'*IBM 5150*[3] (fig.1) dell'azienda statunitense IBM, ma il modello che ha modificato specificatamente lo scenario del graphic design, è il *Macintosh* (fig.2) prodotto da Apple Computer, anch'essa statunitense, e immesso nel mercato nel 1984[4]. Infatti è proprio al computer di Apple che va il merito di aver introdotto contemporaneamente sia l'avvento dei sistemi operativi di facile uso, simulando tra l'altro l'intero ambiente di lavoro del graphic designer, interamente basato su un linguaggio iconico, sia l'innesco del cambiamento dei processi di progettazione e di produzione della grafica avvenuta prima negli Stati Uniti e successivamente nel resto del mondo.

Tuttavia, prima di approfondire le questioni legate alla comparsa del computer all'estero e in Italia è necessario capire di quali strumenti si sono avvalsi precedentemente i progettisti grafici e di come il passaggio dall'analogico al digitale abbia coinvolto in un primo momento soprattutto la strumentazione elettronica.

1.1.1 Prima del personal computer

Negli anni Settanta, i progettisti grafici si avvalgono di una ricca serie di strumenti di cancelleria per la realizzazione dei bozzetti e degli esecutivi di prestampa – tra questi spiccano le matite, le penne Rapidograph, la colla Cow Gum, la gommapane, i pennini Pelikan, i curvilinea, le righe, le squadre, i fogli trasferibili Letraset e gli acetati Letrafilm, il nastro traslucido Rubylith. Accanto a questi materiali di cancelleria fanno la

1 Piazza, M., *Una cronaca per una storia da scrivere,* in Torri, G., *Lampi di grafica. Diario degli anni Ottanta: Dalla Biennale di Cattolica alla Carta del progetto grafico*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 2020, p. 9.

2 A ben guardare da un punto di vista storico tutte le evoluzioni dell'ambito della comunicazione visiva sono avvenute di pari passo con l'evoluzione degli strumenti di produzione degli artefatti comunicativi, conseguentemente anche l'avvento della strumentazione digitale si inserisce in questa prassi.

3 In realtà quello che viene riconosciuto come il primo personal computer commerciale è il Programma 101 concepito dall'ingegnere Pier Giorgio Perotto per Olivetti e presentato a New York nel 1965 alla fiera Bema Show. Il brevetto è stato venduto successivamente all'HP, ma nonostante le sue caratteristiche innovative, come le dimensioni ridotte, non riuscì a diventare un prodotto di massa come invece è accaduto con i modelli IBM degli anni Ottanta. Sul modello Programma 101 e sulla figura di Perotto si vedano: Perotto P., *Programma 101: l'invenzione del personal computer*, Milano: Sperling & Kupfer, 1995; Meo, A., *Pier Giorgio Perotto: una vita dedicata all'informatica*, in "Media Duemila", 194, marzo, 2002; la biografia e un'ampia bibliografia sono in www. piegiorgioperotto.it.

4 Sulla storia del personal computer si vedano: Friedrich, O., *The Computer Moves In*, in "Time Magazine", 3 Janury 1983 [January 1, 2005]. Disponibile online: content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,953632-1,00.html; Wurster, C., Computers. *An illustrated history*, Köln:Taschen, 2002; Negroponte, N., *Essere digitali*, Milano: Sperling & Kupfer, 2004; Zane, M., *Storia e memoria del personal computer. Il caso italiano*, Milano: Jaca Book, 2008.

loro comparsa alcune tecnologie elettroniche[5], come la Fotomaster[6], il Photo Typositor[7] o la reprocamera: nello specifico le prime due vengono impiegate per la fotocomposizione tipografica della pagina e l'ultima per il ridimensionamento di immagini. Inoltre, i macchinari come la Fotomaster e il Photo Typositor permettono di lavorare non soltanto su una diversa disposizione della composizione testuale nella pagina, ma anche di sagomare il testo e di deformarlo, riproducendo in parte ciò che sarebbe stato elaborato dai progettisti grafici tra gli anni Ottanta e Novanta, con la diffusione dei software di grafica vettoriale e dei caratteri digitali.

Per comprendere meglio la diffusione della fotocomposizione, chiamata anche 'tipografia a freddo' distinguendola da quella 'a caldo' dei caratteri mobili – che è la tecnologia impiegata in questi anni/alla base di alcune di queste attrezzature o qualcosa del genere – per legarlo al periodo precedente, bisogna però introdurre una piccola digressione sugli inizi degli anni Settanta quando la stampa offset si impone su quella tipografica, poiché la prima è capace di fornire "migliori risultati qualitativi e una maggiore velocità di produzione"[8] rispetto alla seconda. Tale passaggio rende necessario elaborare un sistema che velocizzi il processo di preparazione della matrice, sostituendo la 'velina' impressa dai caratteri di piombo con la pellicola del testo. Il nuovo processo, chiamato fotocomposizione, permette di comporre i testi direttamente su un supporto fotosensibile. Al di là della velocizzazione dell'esecuzione, la fotocomposizione[9] risolve diversi problemi, tra cui quelli della conservazione dei testi già composti e della loro riattivazione per la correzione.

Sebbene il prodotto ottenuto sia sempre lo stesso – di solito una pellicola o una carta fotografica –, che sviluppato in camera oscura, reca stampato in positivo il testo composto, la fotocomposizione si divide in tre tipologie a seconda della modalità di produzione della pellicola: ottico-meccanica; CRT; a raggio laser. Nel caso di quella ottico-meccanica, la matrice è composta da un supporto recante le incisioni dei caratteri in negativo, così queste ultime permettono alla luce di penetrare imprimendo la pellicola. Invece nel secondo e nel terzo caso non esiste una vera e propria matrice, bensì il raggio di luce viene guidato adeguatamente dall'apparecchiatura fino alla riproduzione del disegno della lettera direttamente sulla pellicola o sulla carta fotografica. Per di più nel mercato esistono diverse tipologie e formati di macchinari di fotocomposizione: da quelli più complessi e voluminosi, utilizzati esclusivamente dai fotolitisti e dai fotocompositori,

5 Per un maggiore approfondimento tecnico sull'evoluzione delle tecnologie della progettazione grafica dall'introduzione della fotocomposizione all'avvento del digitale si vedano: Hohenegger, A., *Graphic Design: estetica & funzione, tecnica & progettazione*, Roma: Romana Libri alfabeto, 1973; Gottschall, E. M, *Graphic communication '80s*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1981; Fioravanti, G., *Il manuale del grafico: guida alla progettazione grafica e all'impaginazione del prodotto editoriale*, Bologna: Zanichelli, 1984; Baroni, D., *Il manuale del design grafico*, Milano: Longanesi, 1986; Fioravanti, G., *Il dizionario del grafico*, Bologna: Zanichelli, 1987; Fioravanti, G., Sfligiotti, S., *Grafica e Stampa. Notizie storiche e informazioni tecniche per chi stampa e per chi fa stampare*, II ed. Bologna: Zanichelli, 1997.

6 La Fotomaster è una macchina fotografica simile alla reprocamera, ma molto più complessa, che attraverso strumenti ottici permette di modificare e distorcere la tipografia. Inoltre, nei modelli più avanzati, dà la possibilità realizzare i primi esperimenti sulle fotografie al tratto o retinate in tipologie differenti. In Italia è stata appannaggio della fotolito milanese Bassoli.

7 Il Photo Typositor è un compositore fotografico per le titolazioni prodotto dall'azienda Visual Graphics Corporation (VGC) nel 1959. Il modello più avanzato Photo Typositor 3000, utilizzato soprattutto negli anni Settanta, è comparso per la prima volta nella rivista statunitense U&lc, nel secondo numero di giugno del 1975.

8 Cfr. Fioravanti, G., Sfligiotti, S., *Notizie*..., p. 92.

9 Le apparecchiature della fotocomposizione sono composte da diverse parti. Le principali sono: la tastiera, il calcolatore, la memoria e l'unità fotografica.

a quelli più piccoli, presenti negli studi di comunicazione più grandi e strutturati. Quest'ultima distinzione aiuta anche a individuare le ulteriori figure tecniche che orbitano attorno al processo progettuale grafico, al di là dei graphic designer, e che con l'avvento del computer sono del tutto scomparse, come i fotocompositori, o devono reinventarsi, come gli stampatori o gli impaginatori digitali[10].

A questo punto, prima di proseguire con l'individuazione delle altre apparecchiature utilizzate precedentemente alla comparsa del computer, è necessario specificare – per comprendere a fondo questo passaggio dall'analogico al digitale –, che in entrambe la strumentazioni, quella elettronica e quella digitale, gli elementi principali del graphic design, ossia la tipografia e le immagini, vengono trattati dal progettista grafico e dai tecnici della filiera produttiva con macchinari e modalità differenti. Infatti, oltre alla fotocomposizione adibita esclusivamente per la riproduzione e l'elaborazione della tipografia, esistono altre macchine interamente dedicate al trattamento delle immagini, afferenti per la maggior parte al campo della fotografia – i banchi ottici, gli ingranditori fotografici e la reprocamera – e come tali spesso sono utilizzate all'interno delle camere oscure presenti soprattutto negli studi di comunicazione di medie o grandi dimensioni. I primi due strumenti svolgono rispettivamente la funzione di una macchina fotografica professionale adatta allo *still life* e quella di un proiettore in grado di ingrandire direttamente le immagini dalla pellicola negativa o dalla diapositiva imprimendole sulla carta fotografica.

Diversamente la reprocamera può essere considerata una sorta di grande macchina fotografica, antesignana dell'attuale scanner, e viene utilizzata soprattutto per lavorare in fotomeccanica. La macchina è composta da una parte inferiore, nominata piano o telaio verticale, sulla quale viene posto il soggetto originale, fotografato dalla componente superiore del macchinario, dove si alloca una pellicola ad alto contrasto da impressionare. Questa pellicola diventa in tal modo il negativo dal quale riprodurre altri formati dell'oggetto o della grafica fotografata. Il risultato finale è una pellicola trasparente, utilizzata come cliché per la stampa serigrafica, tipografica ecc. Purtroppo il limite di questo macchinario consiste nell'impossibilità di superare quattro volte la dimensione dell'originale, nel caso sia dell'ingrandimento sia della riduzione dell'immagine.

In aggiunta, come supporto alle tecnologie elettroniche e fotografiche citate precedentemente, ulteriori strumenti accompagnano il passaggio dall'analogico al digitale, tra questi vanno menzionati in particolar modo la fotocopiatrice e i fogli trasferibili Letraset[11]. La prima è utilizzata soprattutto per una facile e rapida riproduzione di immagini e testi da inserire all'interno dei bozzetti e per un riadattamento veloce delle loro dimensioni laddove necessario. Inoltre la fotocopia si presenta, laddove le tecnologie sono più avanzate, come uno strumento che permette di controllare direttamente, passo dopo passo, il prodotto che si va confezionando e in certi casi, usando la riproduzione fotostatica, si ottengono risultati "surrogati più veloci e meno costosi della reprocamera"[12]. Questa componente di immediatezza, conferisce a questa apparecchiatura un ruolo chiave nell'iter progettuale, così come afferma Italo Lupi "la fotocopiatrice era diventata indispensabile nella fase intermedia e di prototipazione degli elaborati per inserire le immagini e valutare gli ingombri"[13].

10 Si veda il documentario: Levit, B., *Graphic means. History of graphic design production*, 2018.

11 Sui fogli trasferibili Letraset si veda l'archivio online: https://instantlettering.com/

12 Branzaglia, C., *La grafica in copia*, in "Linea grafica", 5, 1988, p. 34.

13 Intervista a Italo Lupi, in Galluzzo, M., *Estinzioni, adattamenti, esplorazioni e convivenze: quattro interviste sul ruolo delle innovazioni tecnologiche nel graphic design italiano*, in "AIS/Design Journal Storie e Ricerche", 8, ottobre 2016. Disponibile online: http://www.aisdesign.org/aisd/interviste-sul-ruolo-delle-innovazioni-tecnologiche-nel-graphic-design-italiano [30.11.2020]

Oltre ad aver influito concretamente sui tempi di ideazione e realizzazione del progetto, la fotocopiatrice ha permesso la nascita di linguaggi ibridi e sperimentali, caratterizzando in particolar modo la produzione grafica italiana nel periodo di passaggio dall'analogico al digitale, che in Italia si è trascinato fino alla metà degli anni Novanta[14]. Come testimonia Carlo Branzaglia[15], anche in Italia c'è stata una "una scuola sul piano estetico"[16] rispetto all'uso delle fotocopie come principale linguaggio visivo di molti graphic designer, perché dal punto di vista progettuale la fotocopia "per quanto ovviamente più ingessata del digitale, era qualcosa che ti permetteva di comporre scenari complessi, di tagliare, cucire, sistemare, accorciare, ingrandire, diminuire, rimpicciolire. Era uno strumento di grande flessibilità che talora faceva trasparire il proprio linguaggio al di là del fatto di essere semplicemente uno strumento di utilizzo"[17]. Inoltre, Branzaglia è convinto che spesso la fotocopia "abbia fatto trasparire nelle fasi del processo la logica dell'errore 'ho sbagliato, ma così è ancora più bello', in cui emergeva un avanzo di processualità che però aveva delle caratteristiche estetiche interessanti"[18].

Un'altra testimonianza sul frequente utilizzo soprattutto italiano della fotocopia come linguaggio visivo si trova nei lavori di Francesco Messina[19]. Egli stesso dichiara di averla utilizzata come espressione per visualizzare la stratificazione dei suoi progetti, in particolare per l'album di Franco Battiato, *Fisognomica*, realizzato con la fotocopiatrice "Canon Laser Copier, macchina che non solo garantisce un'ottima definizione – grazie alla lettura laser –, ma offre la possibilità di operare un vero e proprio editing elettronico direttamente sul piatto del macchinario. In questo caso specifico il passaggio di fotocopia è strettamente strumentale, in quanto serve a unificare figura e sfondo"[20].

A sostegno delle svariate possibilità di elaborazione dell'immagine che la fotocopiatrice ha fornito ai progettisti grafici italiani, Daniele Baroni afferma nel libro *Il manuale del design grafico* del 1986 che "anche l'effetto grafico prodotto dalle fotocopiatrici a colori è un'innovazione sotto il profilo dell'immagine, e in un futuro oramai imminente l'uso di queste apparecchiature si diffonderà in modo massiccio"[21]. Sta di fatto che l'innovazione tecnologica ha permesso a tale macchinario di farsi carico di tutta una serie di operazioni manuali che arrivano a comprende persino la retinatura delle immagini e la definizione dei loro contorni a un'alta definizione.

14 L'identificazione della fotocopia come linguaggio ibrido e al contempo sperimentale, espressione tipica di alcuni progettisti grafici degli anni Ottanta, è emersa nelle testimonianze raccolte dall'autrice: intervista a Carlo Branzaglia, Bologna 19.07.2019; intervista a Francesco Messina, Tricesimo 06.04.2019; intervista a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019; intervista a Mario Piazza, Milano 05.07.2019.
Come ulteriore approfondimento si vedano: Branzaglia, C., *La copia come ricerca*, in "Linea grafica", 5, 1987, 42-49; Branzaglia, C., *La copia e l'elettronica*, in "Linea grafica", 2, 1988, 44-51; Branzaglia, C., *La grafica in copia*, in "Linea grafica", 5, 1988, 34-43; Baule, G., *Oltre la copia*, in "Linea grafica", 3, 1994, 52-57; Branzaglia, C., *Fotocopie. L'uso creativo della fotocopiatrice nella comunicazione visiva*, Milano: Azzurra Editore, 1994.

15 Carlo Branzaglia (Cesena, 1962) critico e studioso della comunicazione visiva, a partire dagli anni Ottanta contribuisce con diversi articoli sui linguaggi alternativi e sulla scena grafica underground italiana su alcune riviste come Linea grafica.

16 Intervista dell'autrice a Carlo Branzaglia, Bologna 19.07.2019, pp. 396-403.

17 Ibidem.

18 Ibidem.

19 Francesco Messina (Udine, 1955) è un progettista grafico italiano. Negli anni Ottanta realizza diversi progetti in ambito musicale, curando in particolare gli album del musicista Franco Battiato.

20 Intervista dell'autrice a Francesco Messina, Tricesimo 06.04.2019, pp. 508-515.

21 Baroni, D., *Il manuale*..., p.45.

Di tutt'altra natura sono le peculiarità dei fogli trasferibili Letraset o delle lettere trasferibili che, secondo Alfred Hohenegger, seppure non siano "determinanti [tanto quanto le strumentazioni elettroniche, sono] protagoniste del nuovo-vedere tipograficamente"[22] degli anni Settanta e Ottanta. Nello specifico i trasferibili, prodotti dall'azienda londinese Letraset nata nel 1959[23], altro non sono che dei fogli di materiale plastico in cui sono riprodotte le principali famiglie di caratteri. Per utilizzarli il progettista grafico deve togliere la carta velina protettiva, poi mettere in sede la lettera aiutandosi con una guida e applicare una successiva pressione con le dita sul foglio in modo tale da farlo aderire alla carta. Infine, dopo questi passaggi, si deve utilizzare lo sgarzino[24] grattando sulla lettera selezionata, finché questa non si stacca dal foglio trasparente e va a posizionarsi sulla pagina in lavorazione. L'operazione va ripetuta fino al completamento della parola o del testo.

A differenza delle altre tecnologie che si avvalgono di supporti specifici e dell'elettricità, le lettere trasferibili sono quindi materiali da cancelleria – come appunto indicato all'inizio di questo paragrafo – il cui punto di forza consiste nell'essere facilmente e rapidamente utilizzabili permettendo, dal punto di vista della tipografia, di completare un lavoro senza l'aiuto del tecnico tipografo della stamperia. Pertanto, il graphic designer, evitando di spostarsi dal suo studio, può occuparsi personalmente della composizione tipografica, maneggiando i caratteri senza alcuna interferenza. Inoltre, materialmente questo strumento non pone delle limitazioni di composizione del layout o del testo, anzi agevola anche la manipolazione manuale delle lettere.
Vista la facilità di utilizzo dei fogli l'azienda Letraset iniziò a produrre diversi cataloghi con varie famiglie di caratteri, rendendo così accessibili a tutti i caratteri tipografici fino ad allora appannaggio unico delle tipografie. In particolar modo il catalogo della Letraset assume una grande importanza per la completezza e la vastità di tipi a disposizione, arrivando ad avere circa "ottocento varianti di caratteri tra i migliori per disegno della moderna tipografia, in numerosi corpi"[25]. Per di più i fogli originali Letraset, e non le imitazioni più economiche prodotte a seguito della grande richiesta del mercato, riportano sulla pagina le indicazioni del crenatura da utilizzare tra una lettera e un'altra.

Va inoltre specificato e riconosciuto che i trasferibili Letraset, collocati cronologicamente a metà strada fra la 'tipografia a caldo' e quella 'a freddo', sono il primo vero esempio di democratizzazione della prassi tipografica e, infatti, sono molto utilizzati da coloro che si dilettano nella preparazione dell'editoria autoprodotta, come le fanzine, o dell'identità visiva nella scena musicale underground.

Tuttavia tutti gli strumenti e le apparecchiature elencate finora, appartenenti a una modalità produttiva del progetto grafico tipica degli anni Settanta e Ottanta, con l'avvento del computer diventano in parte marginali, come la fotocopiatrice, oppure scompaiono del tutto e sono progressivamente sostituiti dalle possibilità offerte dalla

22 Cfr. Hohenegger, A., *Graphic Design: estetica*..., p. 239.

23 Sulla storia dell'azienda Letraset e dei fogli trasferibili si vedano: Shaughnessy, A., *Letraset: The DIY Typography Revolution*, London: Unit Editions, 2018; Lamacraft, J., *Relics of vanish word*, in "Eye", spring 2018. Disponibile online: http://www.eyemagazine.com/review/article/relics-of-a-vanished-world [30.11.2020]

24 Lo sgarzino è uno strumento con la punta metallica appuntita, utilizzato soprattutto in tipografia per correggere, mediante raschiatura, sulla pellicola singole lettere o parole brevi e per eliminare gli 'sporchi' di stampa.

25 Baroni, D., *Il manuale del design grafico*, Milano: Longanesi, 1986, p. 46.

nuova strumentazione digitale[26].

Se fin qui sono stati delineati gli strumenti e i macchinari utili a comprendere lo scenario nel quale hanno operato i progettisti grafici prima dell'avvento del computer, adesso saranno introdotte le caratteristiche dello strumento digitale.

1.1.2 *What you see is what you get*

Il 1984 è spesso indicato come anno di svolta per il panorama del graphic design, momento del lancio del primo personal computer *Macintosh*[27] ad opera dell'azienda Apple Computer, che commercializza nel mercato il primo piccolo computer compatto con il nome di una qualità di mela.

In realtà il *Macintosh* è il risultato conclusivo dei lavori precedenti – iniziati nel 1979 – condotti dal team di Jef Raskin[28], raccogliendo così l'eredità del modello precedente *Lisa* immesso sul mercato nel 1983. Ciò che determina la diffusione e la fama del *Macintosh* rispetto al primo modello è la concomitanza di diversi fattori. Innanzitutto, cominciando da quello economico, grazie a una serie di migliorie tecniche e di produzione l'azienda riesce a vendere il *Macintosh* a 2.500 dollari un prezzo inferiore rispetto al modello precedente[29]. Secondariamente, la reintegrazione di Steve Jobs[30] nel gruppo di ricerca e la sua visione avanguardistica portano a nuove intuizioni e innovazioni, ad esempio l'introduzione di una *Graphical User Interface* (GUI)[31] – progettata su un linguaggio composto da icone –, del mouse e della capacità di riproduzione dei suoni, tutte caratteristiche che configurano questo modello come uno dei primi personal computer 'multimediali'. Inoltre, ciò che alimenta ulteriormente la fama del computer di Apple nell'ambito del graphic design, è l'aver fornito nel 1984 due programmi: MacWrite, programma di videoscrittura con capacità WYSWYG[32] – software perfezionato specialmente dopo l'introduzione della stampante Apple LaserWriter nel 1985 –; MacPaint, programma di disegno. In particolar modo quest'ultimo getta le basi per una possibile trasformazione del lavoro del graphic designer, velocizzando alcune operazioni di rappresentazione fino ad allora manuali e lente. Anche se il successo della macchina esplode soprattutto dopo l'arrivo di programmi compatibili prodotti da terze parti – Microsoft Word (1984), PageMaker (1985), QuarkXpress (1987) e Adobe Photoshop (1990) – che ne hanno fatto uno dei sistemi operati preferiti per il desktop publishing. Un'ulteriore potenzialità avanzata dai computer Apple immediatamente negli anni successivi al 1984 è sicuramente la possibilità di interazione diretta del graphic designer con le font, tema che sarà approfondito successivamente.

Ritornando ai motivi del successo del computer *Macintosh* non sono affatto secondari quelli legati all'estetica della macchina e alla comunicazione promozionale, che si devono all'intuito di Jobs. Per prima cosa questo computer è relativamente piccolo a tal punto da poter essere infilato in ogni angolo della casa, sulla scrivania affollata di uno studente o su un ripiano nel soggiorno. Il suo ingombro di base ridotto rende facile collocarlo e il suo peso, di soli 7 chili e mezzo, facilita lo spostamento da un luogo all'altro con una sola mano – come peraltro il suo ideatore dimostra orgogliosamente nella prima presentazione al pubblico a gennaio 1984 – . "Non fidatevi mai di un computer che non potete sollevare"[33] avrebbe affermato la macchina stessa più tardi nel corso della stessa presentazione. Inoltre Jobs, dotando il computer *Macintosh* di una capacità vocale per poter interagire con l'utente, conferisce alla macchina una sorta di personalità umana, che lo fa apparire familiare e amichevole, in linea con l'intento del suo ideatore di demitizzare uno strumento visto ancora da molti come minaccioso e diabolico. A sostegno dell'idea di contribuire a rendere la macchina amichevole, nonostante fosse costosa, Jobs ha intuito quanto fosse necessario affidarsi da una parte al buon design dalle linee semplici e immediate, in quanto utili a vendere un prodotto più facilmente e a un prezzo maggiore, e dall'altra a una forte comunicazione aziendale che promuovesse adeguatamente il prodotto[34].

Sebbene il costo elevato del computer rispetto ad altri modelli dei concorrenti, le vendite del *Macintosh* si rilevano ottime e, a maggio 1984, Apple Computer dichiara di aver commercializzato circa 70 mila unità[35]. Data la fama del primo, l'azienda Apple sviluppa presto ulteriori modelli performanti e meglio equipaggiati, in tal modo rivelando il proprio vero potenziale, come il modello *Macintosh Color Classic II* del 1993. Inoltre per venire incontro alle esigenze dei graphic designer cerca di migliorare la qualità degli schermi passando nel 1987 da quelli monocromatici ai monitor a colori.

Dagli esordi del 1984 la tecnologia digitale compie moltissimi passi avanti travolgendo e modificando non soltanto le professioni del campo del design e le loro modalità

26 Per il taglio dato alla ricerca, spiegato già nell'introduzione, in questo paragrafo non sono state approfondite le strumentazioni digitali utilizzate per la produzione dei progetti grafici afferenti all'ambito dell'audiovisivo.

27 Il nome *Macintosh* – o la più comune abbreviazione Mac dal 1998 – , che identifica oggi tutti i computer prodotti dall'azienda Apple, è in origine solo quello del modello specifico di computer presentato a gennaio 1984. In particolar modo il modello Macintosh misura nello specifico 34,5*24,4*27,2 cm e agli occhi dei più esperti può sembrare soltanto una versione ridotta del modello Lisa con molta meno RAM – 128KB contro 1MB –, con una risoluzione grafica inferiore di 170,104 pixel, con un monitor più piccolo della misura di 9 pollici, e senza alcuna possibilità di collegare un hard disk, neanche come opzione.

28 Jef Raskin (New York, 1943 – Pacifica, 2005) è stato uno programmatore statunitense. Noto esperto di interfacce uomo-macchina, ha avviato il progetto *Macintosh* nel 1979 dirigendo il dipartimento Advanced Systems dell'azienda Apple. È stato anche l'ideatore del nome del progetto.

29 Cfr. Wurster, C., *Computers. An illustrated*..., pp. 232-233.

30 Steve Jobs (San Francisco, 1955 – Palo Alto, 2011) è stato un programmatore statunitense e cofondatore dell'azienda Apple Computer (aprile 1976). Noto imprenditore esperto di sistemi computerizzati, ha dato vita al primo personal computer munito di un'interfaccia grafica, il modello *Macintosh* lanciato il 1° gennaio 1984. Sulla storia dell'azienda si veda: Linzmaye, O.W., *Apple Confidential 2.0: the definitive history of the world's most colorful company*, San Francisco: No Starch Press, 1999.

31 *Graphical User Interface* (GUI), nota in italiano come interfaccia grafica, è un termine nato nell'ambiente dell'informatica per identificare la tipologia di interfaccia utente che consente l'interazione uomo-macchina in modo visuale, ossia mediante l'utilizzo di rappresentazioni grafiche come le icone, che nel caso dei computer simulano l'ambiente della scrivania. Compare per la prima volta nel primo modello di computer Macintosh lanciato nel 1984.

32 WYSIWYG è l'acronimo inglese che sta per la frase "What you see is what you get", ossia la descrizione usata per il sistema informatico che presumibilmente mostra sempre sullo schermo una replica accurata di ciò che alla fine sarà trasferito su supporto cartaceo.

33 Il messaggio, apparso sul monitor del *Macintosh* durante la presentazione avvenuta a gennaio 1984, recita: "Hello, I'm Macintosh. It sure is great to get out of that bag. Unaccustomed as I am to public speaking, I'd like to share with you a maxim I thought of the first time I met an IBM mainframe: NEVER TRUST A COMPUTER YOU CAN'T LIFT! Obviously, I can talk, but right now I'd like to sit back and listen. So, it is with considerable pride that I introduce a man who's been like a father to me... STEVE JOBS". Si veda: *The Lost 1984 Video: young Steve Jobs introduces the Macintosh*, 1984. Disponibile online: www.youtube.com/watch?v=2B-XwPjn9YY&feature=emb_title [30.11.2020]

34 Cfr. Zane, M., *Storia e memoria*..., p. 162.

35 Wurster, C., *Computers. An illustrated*..., pp. 234-235.

di espressione e di produzione, ma anche l'intera società. Dal punto di vista del progetto grafico il computer innesca profondi cambiamenti da una parte trasformando gli spazi lavorativi – si passa da ambienti fisici a scrivanie virtuali condensate dentro una macchina –, e dall'altra innescando un processo di rinnovamento del complesso iter progettuale.

1.2 Dalla scrivania fisica a quella virtuale: come cambia il processo progettuale

1.2.1 I vantaggi del computer *Macintosh*

Dopo aver analizzato, sia pure in forma sintetica e concisa, da un lato gli strumenti usati dai progettisti grafici e dai tecnici prima dell'avvento del computer e dall'altro gli aspetti complessivi che contribuiscono alla diffusione generalizzata del computer *Macintosh*, in questo paragrafo si indagano invece le caratteristiche dello strumento che fanno breccia nell'ambito del graphic design e come modificano gli spazi e le prassi del processo progettuale.

Per prima cosa, come accennato nel paragrafo precedente, la modalità di visione WYSWYG della macchina – ovvero 'quello che vedi è quello che ottieni' –, l'interfaccia grafica dal linguaggio iconico progettato da Susan Kare[36] per il *Macintosh*, la stampante laser e la possibilità di elaborare la tipografia e le immagini con il medesimo strumento[37] – possibile soltanto negli anni Novanta – sono le caratteristiche responsabili della fama del computer tra i graphic designer.

Per quanto riguarda la modalità di visione WYSWYG, questa fornisce la possibilità di visualizzare sul monitor una replica più o meno accurata di quello che sarebbe stato poi riportato sul supporto cartaceo, verificato direttamente soprattutto con l'introduzione delle prime stampanti laser. Questa potenzialità permette ai grafici di avere accesso alle fasi di progettazione precedentemente esclusivo appannaggio dei tecnici, ad esempio tracciare un segno vettoriale digitale con MacPaint e poi stamparlo significa avere un'interazione diretta con quanto prodotto senza intercedere con altri strumenti o professionalità. Inoltre tale visualizzazione del progetto contribuisce alla proliferazione dell'ideazione di molte font digitali, anche se, come afferma Antonio Glessi[38] – fondatore del collettivo Giovanotti Mondani Meccanici – non sempre ciò che si è visualizzato sul monitor una volta stampato corrisponde ai risultati ipotizzati, in quanto le risoluzioni dei primi monitor e delle stampanti "non sono ancora così eccezionali". Un'ulteriore effetto scaturito dalle basse risoluzioni delle strumentazioni digitali è la replica sul supporto cartaceo

36 Susan Kare (Ithaca, 1945) è una progettista di interfacce grafiche statunitense, famosa per aver progettato le icone del primo computer della Apple Computer nel 1983. Per approfondire il lavoro della Kare e il design dell'interfaccia della Apple si vedano: Poole, L., *A tour of Mac Desktop*, in "MacWorld", aprile 1984, 16-27; *Apple Computer, Human interface guidelines. The Apple desktop interface*, NY: Addison-Wesley, 1987, p.12; Bonsiepe, G., *Il design dell'interfaccia*, in "Linea grafica", 3, 1991, pp. 14-27; Polano, S., *Susan Kare*, in "Casabella", 720, marzo, 2004, pp. 90-93; Russo, D., *Free graphics. La grafica fuori dalle regole nell'era digitale*, Milano: Lupetti, 2006, p. 118; Polano, S., *Sussidiario, grafica e caratteri moderni*, Milano: Electa 2010, pp. 138-141.

37 Cfr. Cooper, M., *Computer and design*, in "Design quarterly", 142, 1989, p.10. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/4091189

38 Antonio Glessi (Gorizia, 1954) è il progettista grafico e il fondatore con Andrea Zingoni, nonché la memoria storica del gruppo multimediale italiano Giovanotti Mondani Meccanici (GMM) nato a Firenze nel 1984. Si veda: intervista dell'autrice via Skype Antonio Glessi, 04.03.2020.

di segni grafici e di font composti da profili segmentati, dove sono chiaramente visibili i pixel di costruzione. Per giunta questa visualizzazione sia a monitor sia su carta decreta, in particolar modo nei primissimi anni dell'avvento del personal computer, un'estetica fortemente caratterizzata dalla presenza del pixel come elemento grafico, che viene così identificata come il linguaggio visivo tipico della nuova grafica digitale. A sostegno di questa affermazione basti guardare, ad esempio, fra tanti il progetto di April Greiman[39] del poster *Does it make sense* per il periodico *Design Quarterly*[40] del 1986, i caratteri progettati da Zuzana Licko[41] nel 1987 per la rivista californiana *Emigre* o i computer-fumetti[42] degli italiani Giovanotti Mondani Meccanici del 1984.

L'estetica dei pixel, oltre a essere una diretta conseguenza della risoluzione dei monitor, si basa soprattutto sulle tecniche della grafica *bitmap* – ossia formato da 'mappa' di bit o punti, l'unità di misura della quantità dell'informazione – che richiede, come scrive lo storico della comunicazione visiva Sergio Polano, "di accendere o spegnere una serie di pixel sullo schermo per comporre un segno, un po' come nei graticci del cucito decorativo e dei punti ornamentali"[43]. Ed è proprio da questo principio che nasce l'intuizione del lavoro progettuale della Kare per l'interfaccia grafica del computer *Macintosh*, soluzione distintiva di questa macchina che la connota per la sua incredibile intuitività. A rendere l'interfaccia Apple così facile da usare è proprio la gamma di icone della Kare, cliccabili, che simboleggiano le varie operazioni e metaforicamente riproducono l'ambiente dell'ufficio, rivelandosi subito molto efficaci. Oltre a semplificare le azioni in termini di utilizzo, danno al computer un'impronta più familiare, perché come afferma il giornalista Lon Poole – fondatore della rivista *Macworld* – "working on a computer, isn't a natural skill, and the benefits seem worth the hassle of learning how to get work done in an unfamiliar environment"[44].

Il progetto dell'intera interfaccia e in particolar modo delle icone è molto complesso a causa dei diversi parametri ai quali la progettista ha dovuto sottostare. Innanzitutto le icone e la metafora usate devono essere chiare agli utenti di culture e Paesi diversi, quindi questo ha escluso l'impiego di concetti o immagini che rimandassero a espressioni idiomatiche tipicamente inglesi. Per quanto riguarda gli aspetti più tecnici, i dettagli devono essere accurati ricercando un giusto equilibrio: troppi avrebbero reso l'icona illeggibile e troppo pochi avrebbero compromesso l'intuitività dell'operazione in questione. Infatti la Kare afferma successivamente che "Non fu sempre un gioco, però.

39 April Greiman (New York, 1948) è una progettista grafico statunitense ampiamente riconosciuta dalla storia del graphic design fra i primi designer ad abbracciare la tecnologia digitale come strumento di progettazione e la capostipite del movimento americano della 'Pacific Wave'.

40 La rivista *Design Quarterly* (1946-1996) pubblicata dal Walker Art Center di Minneapolis si configura come uno dei primi periodici statunitensi ad occuparsi di design a livello internazionale. Negli anni Ottanta ospita il dibattito della trasformazione del graphic design con l'avvento del computer, affidando l'intero progetto del n.133 del 1986 alla progettista April Greiman che convertì il formato tradizionale della rivista – composta da trentadue pagine – in un unico lungo poster. Si veda: Blauvelt, A., *A selection of Design Quarterly*, in https://walkerart.org/magazine/design-quarterly-andrew-blauvelt.

41 Zuzana Licko (Bratislava, 1961) è una type designer americana e co-fondatrice con Rudy VanderLans della rivista californiana successivamente diventata anche una fonderia digitale per la quale la Licko progetterà diverse font.

42 La storia e le caratteristiche formali-visive del computer-fumetto dei GMM saranno trattate nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento*, paragrafo 6.1 *I progetti per lo schermo: videografica, multimedia e dintorni*.

43 Cfr. Polano, S., Sussidiario..., p. 139.

44 Cfr. Poole, L., *A tour of Mac*..., p. 16.

Disegnare un foglio di carta per dire Apri foglio di scrittura era semplice, come un pennello per dire Dipingi. Il problema era azioni più complesse come Copia. Scartai l'idea della fotocopiatrice, poi pensai a due fogli sovrapposti ma visibili, in modo che trascinando il file sul simbolo, in automatico si copiava"[45]. Infine ciascuna icona è disegnata dentro una griglia 30*30 pixel per un totale di 900 punti e in aggiunta al progetto dell'intera gamma di icone e del complesso sistema dell'interfaccia, la Kare progetta anche le font bitmap Chicago e Monaco, pensate appositamente per il sistema operativo *Macintosh*.

Tuttavia bisogna specificare che l'idea dell'interfaccia della Kare è supportata nel suo funzionamento e nella sua intuitività soprattutto dal sistema operativo sviluppato da Jobs, che permette di lavorare cliccando col mouse sulle icone dello schermo, modalità di fruizione non prevista nei sistemi operativi delle aziende competitori della Apple Computer. Al contrario, gli altri personal computer sviluppati e messi in commercio negli anni Ottanta utilizzano il sistema MS-DOS che richiede comandi testuali, tortuosi.

La metafora grafica della scrivania digitale, ossia del *desktop*, introdotta dalla Kare e racchiusa all'interno del computer va ben oltre l'innovazione progettuale, perché innesca un profondo cambiamento dell'intero processo di ideazione e di produzione del graphic design fino ad arrivare alla ridefinizione degli spazi fisici degli studi.

Infine, un ulteriore aspetto che comporta la trasformazione del processo progettuale è l'accorpamento dell'elaborazione di testo e immagine in un unico e semplificato strumento mediante l'utilizzo di appositi software. Tale possibilità avviene con lo sviluppo di ulteriori programmi, come appunto Adobe Photoshop – messo in commercio nel 1990 –, che permettono negli anni di riprodurre una resa visiva di qualità superiore a quella dei sistemi elettronici e soprattutto fotografici di elaborazione e riproduzione delle immagini. Già nel 1989 Muriel Cooper sottolineò la necessità di introdurre programmi capaci di elaborare contemporaneamente sia l'apparato testuale sia quello delle immagini, così da velocizzare ulteriormente i tempi di realizzazione e abbassare di conseguenza i costi di produzione, aggiungendo inoltre che tutto ciò avrebbe avuto un importante impatto per lo sviluppo delle professioni nell'ambito del design e dell'arte[46]. Difatti nel corso degli anni Ottanta i computer della Apple dimostrano che è possibile gestire tutto il processo produttivo di uno stampato con un computer *Macintosh*, a tal punto da esplicitarlo come titolo della copertina di un opuscolo pubblicitario del 1989: "The work in this book was conceived on a Macintosh, presented on a Macintosh, budgeted on a Macintosh, written and edited on a Macintosh, laid out on a Macintosh, typeset on a Macintosh, proofed on a Macintosh, approved on a Macintosh, and produced on a Macintosh"[47].

Il rinnovato rapporto tra progettisti e nuove tecnologie comporta inoltre un elevato grado di sperimentazione soprattutto nell'ambito tipografico, per effetto della semplificazione dell'esecuzione del progetto, che permette di manipolare direttamente tramite software dedicati le forme tipografiche, le quali divenute digitali, non necessitano più della mediazione del sistema della fotocomposizione. Dimostrano ciò diversi esempi soprattutto nello scenario internazionale, dove l'acquisizione di libertà e autonomia rispetto all'uso della tipografia ha condotto a inedite sperimentazioni sul disegno delle font

45 Pellegrino, R., *Susan, la grafica geniale che ha rivoluzionato i pc*, in "Il Giornale", domenica 12.04.2020

46 Cfr. Cooper, M., *Computer*..., p. 10.

47 Apple Computer, *Apple Macintosh Desktop Media Book*, Cupertino, 1989.

digitali. Basti pensare al lavoro del progettista inglese Neville Brody[48] e alla rivista *Fuse*, fondata nel 1991, che esplora i confini della tipografia digitale con lo scopo di incoraggiare i type e i graphic designer a lavorare sui caratteri adattandoli alle proprie esigenze e sovvertendo spesso le regole della leggibilità, affinché diventassero partecipanti attivi nel processo di progettazione, in fondo come sottolinea Jon Wozencroft, editore del periodico, "abuse is part of the new process"[49]. In effetti, l'avvento del computer non ha soltanto reso 'virtuali' le prassi del progetto, ma ha anche "sconvolto la base materiale della progettazione grafica: ha dematerializzato i segni e il repertorio delle scritture"[50], aprendo a un numero infinito di potenzialità ancora inespresse e inesplorate.

Dopo questo *excursus* generale sull'impatto del *Macintosh* nell'ambito graphic design è giunto il momento di concentrarsi su altri aspetti della professione che sono stati modificati dall'introduzione della strumentazione digitale. Non cambiano soltanto quest'ultima ma si mettono in discussione sia la filiera produttiva sia il rapporto tra designer e nuove tecnologie, incidendo in modo determinante nella gestione degli elementi del progetto, ossia immagini e tipografia, e nella nascita di nuovi ambiti progettuali del graphic design degli anni Ottanta e Novanta per l'influenza anche delle possibilità di sperimentazione qui accennate.

A tal proposito Vando Pagliardini[51], progettista e direttore della rivista *Linea Grafica* negli anni Ottanta, come incipit di un articolo del 1986 sul nascente rapporto tra i grafici e i computer riporta: "se il graphic computer suggerisce nuove tecniche, restano tutti da definire spazi e ruoli del progetto grafico"[52].

1.2.2 L'immediata diffusione della tipografia digitale nella scrivania virtuale

Come introdotto precedentemente, l'avvento del personal computer e delle strumentazioni digitali correlate a esso, anche grazie a un crescente sviluppo dei software che inizialmente appaiono "inadeguati e limitati"[53], dà vita a nuovi ambiti progettuali del graphic design meritevoli sia di esplorare modalità tecniche fino ad allora sconosciute sia di contaminare e mescolare i linguaggi dei diversi mass media originando qualcosa di completamente inedito, ossia quei progetti multimediali nati per essere visualizzati sulla 'pagina schermo' – la videografica, il web e l'interaction design – che saranno trattati specificatamente nei successivi capitoli, in cui si indagherà la loro diffusione soprattutto

48 Neville Brody (Londra, 1957) progettista grafico e type designer inglese, è noto per aver progettato e diretto la rivista The face, ma soprattutto per aver co-fondato con Erik Spiekermann FontShop la prima fonderia digitale nel 1989. A seguito di questa esperienza l'anno successivo ha fondato la rivista Fuse, con l'intento di mettere a contatto i diversi campi della grafica come mezzo di comunicazione, dalla creazione di nuovi stili estetici e di nuovi caratteri tipografici, grazie anche all'uso delle nuove tecnologie digitali. Si veda anche: Rock, M., *Beyond typography*, in Eye, 15, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/beyond-typography [19.12.2020]

49 Cfr. Wozencroft, J., *Why Fuse*, in "Fuse", 1, 1991, poster editoriale.

50 Baule, G., *Dopo la copia*, in Branzaglia, C., *Fotocopie. L'uso creativo della fotocopiatrice nella comunicazione visiva*, Milano: Azzurra Editrice, 1994, p. 6.

51 Vando Pagliardini (Milano, 19) architetto milanese che si occupa a partire dalla fine degli anni Sessanta di progettazione grafica. Nel 1984 con Giovanni Baule rilancia Linea grafica, rivista storica della grafica italiana, per la quale ricevono il Compasso d'Oro nel 1987.

52 Pagliardini, V., *Grafici e computer*, in "Linea grafica", 1, 1985, p. 40.

53 Messina, F., *Nel doposabato*, corrispondenza mail con l'autrice, 08.04.2019, pp. 516-517.

nel panorama italiano, andando a costituire alcuni casi studio portavoce delle nuove istanze visive introdotte dal computer. Dall'altra parte una delle prime aree di applicazione del graphic design che si sta diffondendo rapidamente è quella della tipografia digitale, figlia diretta dell'avvento del computer, perché da un lato progettata appositamente per il monitor dello strumento digitale e per l'apparato testuale del nuovo sistema operativo e dei vari software, dall'altro continua a essere l'elemento minimo espressivo degli artefatti comunicativi, che con la strumentazione digitale si rinnovano soprattutto nei linguaggi visivi. In particolare, l'approfondimento di questa area di intervento è necessario per poter definire ulteriormente lo scenario della grafica internazionale degli anni Ottanta e Novanta.

L'introduzione del personal computer e il suo sistema di *desktop publishing* introducono infatti una nuova tipologia di caratteri tipografici, per l'appunto digitali, che oltre a essere diventati di immediato accesso per i graphic designer hanno reso la tipografia democratica, con la proliferazione e la diffusione, negli anni presi in esame da questa ricerca, di esperimenti tipografici iconici. Ma prima di addentrarsi nell'analisi di alcuni type designer protagonisti della nuova scena grafica, delle tipologie di caratteri digitali, del cambio del paradigma della leggibilità in stampa, che sono state alcune delle conseguenze dell'avvento dei caratteri digitali, è importante individuare le caratteristiche tecniche delle font progettate responsabili della facile divulgazione di questo nuovo ambito progettuale.

Quando il personal computer fa la sua comparsa nel panorama del graphic design, i progettisti dei caratteri devono passare dal progetto su carta a quello su monitor, affrontando non solo nuove modalità di produzione, ma anche inedite problematicità imposte dai limiti dei mezzi utilizzati. Inizialmente i primi caratteri progettati per il computer, quindi degli *screenfont*[54], sono disegnati con la modalità *bitmap* e concepiti esclusivamente per una definizione su schermo di 72 dpi, restituendo così al carattere la tipica forma segmentata dei pixel che caratterizza l'estetica della grafica dei primi anni Ottanta. Successivamente, con il miglioramento dei software e della risoluzione dei monitor si comincia da un lato a digitalizzate i caratteri nati con la 'composizione a caldo' e dall'altro a produrre nuovi tipi. Nonostante i notevoli passi avanti della strumentazione digitale, soprattutto agli esordi le limitazioni rimangono: di fatto con l'impiego di stampanti laser o a getto di inchiostro con risoluzioni a 300 dpi – molto inferiori rispetto ai macchinari della fotocomposizione che arrivano a 1200 dpi – la resa in stampa risulta ancora compromessa. In particolar modo la stampa mette a repentaglio i dettagli dei caratteri soprattutto nei corpi piccoli, nei quali i punti, che traducono il disegno, sono insufficienti per evidenziare le grazie sottili. Per venire incontro a queste e ad altre problematicità, alcuni type designer, come l'olandese Gerad Unger[55] per l'azienda pioneristica della composizione digitale Rudolph Hell, decidono di stabilire alcune regole per la creazione di caratteri adatti alla stampa a bassa risoluzione, ovvero progettare lettere minuscole di notevole altezza e famiglie di caratteri in grado di avere sia la variante con le grazie sia senza, conservando però le medesime caratteristiche costruttive[56]. Quest'ultimo espediente sarà poi ripreso dai progettisti Kris Holmes e Charles Bigelow per l'editore di caratteri

54 Cfr. Blackwell, L., *Caratteri e tipografia del XX secolo*, Bologna: Zanichelli, (V ed.), 1999, p. 198.

55 Gerard Unger (Arnhem, 1942 – Bussum, 2018) è stato un progettista e type designer olandese, ha progettato diversi caratteri per la Linotype. Tra i suoi caratteri più famosi si trova il Gulliver (1993), utilizzato in diversi quotidiani internazionali.

56 Si veda: Blackwell, L., *Caratteri e*..., p. 198.

Adobe System nella progettazione del Lucida[57], generando una nuova prassi progettuale e tipologia di font.

Sarà proprio l'azienda statunitense Adobe System a prodigarsi nel risolvere un'altra problematica delle nuove strumentazioni digitali, ossia la trasmissione dei dati costruttivi del carattere dal computer alla stampante: durante questo passaggio si perdevano delle informazioni e continuava a essere compromesso lo stampato in alcune particolarità formali del carattere. L'introduzione del programma Adobe Type Manager e del linguaggio PostScript nel 1983 da una parte renderà possibile la corretta trasmissione delle informazioni dei caratteri dall'unità centrale alla sua periferica, mediante la conversione del file in un linguaggio codificato, dall'altra migliorà ulteriormente la visualizzazione delle font sullo schermo anche dei suoi dettagli più complessi.

Così nella seconda metà degli anni Ottanta e negli anni Novanta si assiste alla nascita dell'industria del carattere digitale e, a partire dal 1987 nei successivi cinque anni, ci sarà una tale espansione di questo ambito progettuale che porterà a migliaia di disegni originali oppure di ridisegni digitali dei caratteri tradizionali ideati esclusivamente per la 'composizione a caldo' e alla costituzione di diverse fonderie digitali.
Il personal computer rende la tipografia accessibile, facendola diventare appannaggio di una più ampia fetta di persone, la democratizzazione di quest'area di intervento non solo mette in crisi la professione, ma scardina anche i dogmi della leggibilità e delle regole tipografiche esistenti attraverso lo 'sfruttamento' della libertà di espressione e la necessità di esplorare nuove forme.

Tra le esperienze, che contribuiscono alla diffusione di tale approccio sperimentale alla tipografia, sono da menzionare la rivista californiana *Emigre*[58] e la figura di Neville Brody[59], a cui è maggiormente associato il movimento internazionale della New Wave, che sarà trattato in seguito.

La fama di Brody è legata al suo metodo progettuale, fatto di manipolazioni della tipografia e dell'uso di caratteri digitali interamente progettati da lui, combinati tra loro apparentemente in modo casuale per ottenere un chiaro risultato espressivo e soggettivo della tipografia stessa, che richiama fortemente le sperimentazioni materico-tipografiche condotte qualche anno prima dal progettista svizzero Wolfgang Weingart. L'uso disinvolto di Brody dei caratteri e della composizione grafica ha esercitato un grande fascino sui giovani graphic designer a livello internazionale, un riverbero che è giunto in Italia nei primi anni Novanta così come dichiarano alcuni progettisti italiani[60]. Ma l'in-

57 Ibidem. Si vedano anche: Carter, M., *Typography and current technologies*, in "Design quarterly", 148, 1990, 55-64. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/4091233www.jstor.org/stable/4091233; Straples, L., *Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography, 1984-1997*, in "Design Issues", vol. 16, 3, 2000, pp. 19-34. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511813

58 La vicenda della rivista californiana Emigre sarà approfondita nel sottoparagrafo 1.3.1 *L'esperienza di Emigre e la diffusione di nuove istanze internazionali (1984-1994)*.

59 Sul lavoro di Neville Brody si vedano: Wozencroft, J., *The graphic language of Neville Brody*, London: Thames & Hudson, 1988; Poynor, R., *Typography now: the next wave*, London: Booth Clibborn, 1991; Poynor, R., *Reputation: Neville Brody*, in "Eye", 6, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-neville-brody; Wozencroft, J., *The graphic language of Neville Brody 2*, London: Thames & Hudson, 1994; Owen, W., *Fuse's envelope comes unstuck*, in "Eye", 16, 1995. Disponibile online: http://www.eyemagazine.com/review/article/fuses-envelope-comes-unstuck; Blackwell, L., *Brody, N., G1 New dimension in graphic design*, London: Laurence King Publishing, 1996; Brody, N., Wozencroft, J., *Fuse 1-20*, Köln: Taschen, 2012; Frank, M., *A visual philosopher: Neville Brody*, in D. J. Huppatz, *Design: Critical and Primary Sources*, London: Bloomsbury Academic, 2016, pp. 23-30. Disponibile online: www.bloomsburydesignlibrary.com

60 Si vedano le interviste svolte dall'autrice, in particolar modo quelle di Mauro Carichini, Alessio Leonardi, via Skype 11.03.2020; Alessandro Jumbo Manfredini, Venezia 27.07.2019; Sergio Virginio Menichelli, via Skype 09.04.2020; Fabrizio Schiavi, Milano 31.07.2020; Stefano Tonti, via Skype 05.06.2020.

fluenza di Brody non si limita soltanto a questa sua prima esperienza, bensì il progettista inglese oltre a collaborare dal 1989 per FontShop, la prima fonderia digitale in Europa fondata dal grafico tedesco Erik Spierkermann, nel 1991 fonda la rivista *Fuse*, che nel decennio seguente diventa uno spazio in cui affrontare una serie di riflessioni. Nella rivista Brody dà spazio a diversi contributi, coinvolgendo i graphic e type designer più influenti di quegli anni, tutti accomunati dalla ricerca della potenzialità espressiva e visivo-dinamica della tipografia. L'intenzione del progettista inglese è stata di "penetrare nella struttura dell'alfabeto e di accentuare le forme inerenti al linguaggio scritto [...]. Volevo sottrarre la tipografia al suo ruolo puramente sottomesso"[61]. Inoltre questo suo progetto editoriale risulta inedito non soltanto per l'obiettivo del periodico, ma persino per il formato e gli espedienti cartotecnici proposti: ogni numero racchiuso in un cofanetto è composto da quattro poster A2 e un floppy disk contenente delle font digitali da scaricare. Il lavoro portato avanti da Brody è singolare, chiara espressione culturale degli anni Novanta e dell'affermazione della tipografia digitale.

Nell'ultimo decennio dello scorso millennio il consolidamento di questo nuovo ambito progettuale, anche sulla scia dell'esperienza di FontShop, avviene tramite la proliferazione diffusa a livello internazionale delle fonderie digitali. Persino in Italia si è assistito al fiorire di due realtà di aziende produttrici di caratteri disegnati e prodotti con la nuova strumentazione: Design Lab, fondata nel 1993 dal progettista italiano Sebastiano Cossia Castiglioni[62] e dalla type designer americana Jane Patterson[63]; Fontology[64], fonderia modenese legata alla casa editrice Happy Books e istituita da due giovanissimi disegnatori di caratteri, Fabrizio Schiavi[65] e Alessio Leonardi[66]. Quest'ultima ha avuto una rilevanza internazionale a tal punto da essere citata nella rivista *Baseline*[67].

Con la panoramica dei nuovi ambiti di progetto del graphic design, formatisi con l'avvento del personal computer e con la diffusione delle strumentazioni digitali, si conclude l'indagine dedicata alla trasformazione degli strumenti avvenuta negli anni Ottanta e Novanta con la rivoluzione digitale. Adesso è necessario esaminare quali sono stati i luoghi del dibattito del cambiamento soprattutto dal punto di vista dei linguaggi visivi,

61 Cfr. Blackwell, L., *Caratteri e*..., p. 215.

62 Sebastiano Cossia Castiglioni (Milano, 1966) fondatore nel 1993 con la type designer americana Jane Patterson della prima fonderia digitale milanese Design Lab SRL. Design Lab è stato un esempio per lo scenario tipografico italiano negli anni Novanta raccogliendo nella propria libreria i progetti tipografici di alcuni dei protagonisti che saranno trattati in questa ricerca come casi studio degli anni presi in analisi, come ad esempio Gianni Sinni.

63 Jane Patterson è una progettista grafica e artista americana che a metà degli anni Ottanta durante i suoi studi universitari vede crescere assieme al suo interesse per i caratteri tipografici anche quello per il Macintosh. Questa sua curiosità verso il desktop design la porterà a frequentare un master in Computer grafica all'istituto Visual Art di New York. A seguire avvia la sua professione come type designer e inizia a lavorare da Font Bureau Corporation di Boston, dove collabora con Erik Spiekermann, Neville Brody e Summer Stone. Nel 1993 si trasferisce in Italia e le viene affidato il ridisegno dei caratteri della "Gazzetta Ufficiale del Parlamento Italiano". Dopo questa esperienza fonda con Sebastiano Cossa Castiglioni la fonderia Design Lab.

64 L'apporto alla diffusione della tipografia digitale della fonderia Fontology sarà approfondita nel capitolo 6. Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento come caso studio.

65 Fabrizio Schiavi (Ponte dell'Olio, 1971) è stato uno dei più importanti e giovani type designer italiani che contribuì alla diffusione della tipografia digitale in Italia negli anni Novanta e primi del Duemila.

66 Alessio Leonardi (Firenze, 1965) graphic e type designer italiano immigrato a Berlino nel 1990. Inizia la sua carriera di progettista presso lo studio MetaDesign di Erik Spiekermann. Negli anni Novanta è attivo nella scena europea nella diffusione della cultura tipografica digitale.

67 Cfr. *An A-Z of digital typefoundries*, in "Baseline", 42, 2003, p. 51.

che tipo di evoluzione subiscono e quali sono i loro esiti, dato che le mutazioni in atto in quegli anni hanno avuto anche una profonda ripercussione sulla grafica dal punto di vista estetico e stilistico.

D'altra parte, negli "anni del contatto", il primo incontro tra i computer e le nuove generazioni di graphic designer – tendenzialmente più propense ad accogliere le potenzialità del desktop publishing – non accade in contesti privati o autonomi. Infatti, dalle testimonianze di alcuni graphic designer italiani, tra cui Silvia Sfligiotti[68], si evince che il costo dei personal computer nel primo periodo di diffusione del digitale risulti proibitivo per i grafici emergenti che in molti casi finiscono per sperimentare il proprio utilizzo non in modo autonomo ma all'interno di studi diretti da professionisti più anziani, inevitabilmente più condizionati dalle tecnologie precedenti.

1.3 Le riviste internazionali come luoghi del dibattito sui nuovi linguaggi visivi

Per comprendere meglio i cambiamenti in atto negli anni Ottanta e Novanta e delineare come e dove si sono propagate maggiormente le nuove espressioni visive introdotte nella progettazione con l'avvento del personal computer, non può mancare una disamina delle riflessioni condotte in ambito internazionale. In particolare si prendono in considerazione le esperienze editoriali avvenute negli Stati Uniti e in Inghilterra, ritenute i centri propulsori della trasformazione digitale dalla storiografia principale attraverso l'analisi di alcune riviste di settore.
Specificatamente i periodici esaminati sono la californiana *Emigre* (1984-1994) e le inglesi *Eye magazine* (1990-1999) e *Octavo. The International Journal of Typography* (1985-1992), tre realtà editoriali istituite e pubblicate nel periodo storico indagato, che si differenziano non solo nella veste grafica, ma soprattutto negli intenti e nella modalità di approfondimento dei contenuti relativi alla rivoluzione digitale.

Le riviste *Emigre* e *Octavo*, ideate entrambe da famosi graphic designer attivi negli anni Ottanta e Novanta – la prima da Rudy Vanderlans e Zuzana Licko e la seconda dal collettivo inglese 8vo –, non solo rappresentano il luogo del dibattito relativo alla progettazione con il computer, offrendo interessanti riflessioni e punti di vista sulla trasformazione in atto, ma diventano esse stesse luogo di sperimentazione e veicolo delle nuove espressioni visive. Infatti si presentano sperimentali già nella veste grafica, frutto di contrapposte esplorazioni sia dei linguaggi grafici sia delle potenzialità delle neonate strumentazioni digitali. Anche se in realtà, per esempio, la rivista *Octavo* è interamente realizzata con modalità analogiche per motivazioni ben precise: gli autori vogliono dimostrare che è possibile sia produrre un prodotto editoriale senza l'ausilio del computer sia restituire un aspetto grafico contemporaneo a un progetto interamente analogico. La decisione intrapresa dal collettivo 8vo non esclude a priori l'uso della strumentazione digitale, anzi dal 1988, dopo l'acquisto del computer, incominciano a realizzare alcuni dei loro progetti esclusivamente con i nuovi mezzi. Ad avvalorare il loro particolare approccio progettuale si trova la dichiarazione rilasciata nel volume *8vo on the outside*, in cui affermano "To design, we needed to understand the tools and the processes that were involved in the production of the finished product. We always tried to work with an understanding of these processes and to make our design appropriate to the particular means of production. [...] we saw the computer as a tool rather than a toy. It was a natural

68 Silvia Sfligiotti (Milano, 1967) graphic designer, docente e autrice di testi sulla comunicazione visiva. Nel 1990 comincia una lunga collaborazione con Giorgio Fioravanti nello studio milanese G&R Associati e inizia l'attività in proprio nel 1996. Si veda: l'intervista dell'autrice a Silvia Sfligiotti, via Skype 31.07.2019, pp. 576-581.

extension of the working and making process we were familiar with. The computer just made what we did easier"[69] Inoltre l'esperienza del periodico britannico è singolare anche per la scelta di produrre l'ultimo e conclusivo numero, il n. 8 del 1992, in un formato multimediale sotto forma di cd-rom, evidenziando la resa progettuale del collettivo alla diffusione dei nuovi supporti comunicativi.

Al contrario la terza pubblicazione esaminata *Eye*, ideata e diretta dal critico inglese Rick Poynor, si configura dal punto di grafico-visivo in modo più tradizionale e da quello contenutistico affronta invece la trasformazione del digitale con un approccio più maturo e critico con il contributo di diversi storici e teorici, restituendo così un'ulteriore visione del periodo indagato a partire soprattutto dallo scenario britannico.

Infine l'analisi di queste riviste consente soprattutto da un lato di capire quali sono le tematiche maggiormente dibattute e dall'altro di accertare l'effettiva mancanza di progettisti provenienti dall'Italia tra le loro pagine. Infatti l'unica eccezione riscontrata è l'esperienza del progettista Roberto Barazzuol tra le pagine della rivista *Emigre*, fondamentale per tracciare le relazioni geografiche intercorse tra i designer del movimento Pacif Wave e Giorgio Camuffo – curatore di una mostra a loro dedicata a Venezia nel 1986 –.

Nonostante la constatazione dell'effettiva assenza della grafica italiana nello scenario delle pubblicazioni di settore, questa indagine permette di comprendere l'influenza di tali periodici sul modo di progettare dei graphic designer nazionali.

1.3.1 L'esperienza di *Emigre* e la diffusione di nuove istanze internazionali (1984-1994)

La prima rivista presa in esame è la californiana *Emigre*[70] progettata e prodotta a Berkeley in California nel 1984 da una coppia di progettisti grafici europei emigrati negli Stati Uniti, Rudy VanderLans e Zuzana Licko – di origine olandese il primo, cecoslovacca la seconda – che prendendo in prestito il vocabolo francese émigré esplicitano l'intenzione di rivolgersi a chi è lontano dal proprio Paese, agli esuli operativi in particolar modo nella costa occidentale dell'America del Nord, appartenenti a una variegata comunità di artisti, scrittori, designer, fotografi e architetti. Secondariamente, i designer si pongono come obiettivo quello di superare i confini dei linguaggi visivi e delle discipline, mettendo in discussione anche grazie all'introduzione del personal computer temi e stilemi sia dell'*International Typographic Style* sia della *Corporate Identity*, allora preponderanti. Per evidenziare quest'ultimo intento VanderLans e Licko aggiungono un sottotitolo *The magazine that ignores boundaries*, utilizzato fino al n. 10 del 1988.

Nonostante non nasca propriamente come rivista di settore del graphic design, questa pubblicazione si configura progressivamente come una novità su diversi piani, da un lato per il suo uso graduale della nuova tecnologia sia nell'impaginazione sia nel disegno dei caratteri proposti nei differenti numeri, dall'altro per essere diretta da giovani. Mentre la progettazione grafica è fin dai primi numeri una continua sperimentazione, dal punto di vista dei contenuti svolge un ruolo fondamentale nel dibattito sostenuto in quegli anni dai graphic e dai type designer, nel momento in cui stanno affrontando l'utilizzo di un nuovo strumento di lavoro. La rivista, soprattutto nei numeri pubblicati fino alla fine degli anni Novanta, raccoglie diversi punti di vista e le prime riflessioni scaturite dal contatto della professione con il digitale, molte delle quali testimoniano l'entusiasmo con cui è accolto l'uso del computer e la libertà di espressione e

69 Cfr. Holt, M., Muir, H., *8vo: on the outside*, Zurich: Lars Müller Publishers, 2005, p. 10.

70 La rivista *Emigre* comprende la pubblicazione di 69 numeri, pubblicati in modo irregolare tra il 1984 e il 2005. È considerata una delle prime riviste realizzata interamente con il computer *Macintosh*.

la sperimentazione progettuale che ne consegue. Dal punto di vista della veste grafica *Emigre* utilizza di volta in volta layout diversi, composti da griglie decostruite e da font differenti che sono spesso espressione spontanea del nuovo strumento di progettazione e che influenzano un'intera generazione di progettisti grafici. In aggiunta le esigenze e il progetto grafico di *Emigre* cambiano in ogni numero e sfruttano i nuovi hardware e software dei personal computer dell'azienda Apple[71].

Il lancio di questa rivista coincide con quello del computer *Macintosh*, per questa ragione spesso erroneamente si crede che *Emigre* sia interamente progettata con il computer già dal primo numero, in realtà la prima uscita è un prodotto pre-digitale, in cui le figure sono ritagliate a mano e ricomposte come collage e i testi dattiloscritti sono modificati successivamente con la fotocopiatrice. Solo a partire dal terzo numero VanderLans e Licko iniziano a utilizzare il computer e a esplorare tutte le sue potenzialità operative ed espressive, attraverso l'uso di due principali software: MacWrite e MacPaint. All'interno di questo volume del 1985 compaiono per la prima volta anche le font digitali disegnate dalla Licko – fra le tante Emperor, Emigre e Oakland –, con l'aspetto formale tipico dei caratteri bitmap e impiegate soprattutto per le titolazioni degli articoli. Sebbene tali tipologie di font risultassero già obsolete nell'ambito del type design, la Licko le reputa ancora valide portavoce delle istanze del tempo[72]. Questi e altri espedienti visivi, oltre ai contenuti contemporanei sanciscono la fama e la diffusione internazionale di questa rivista, seppure caratterizzata dalla tiratura modesta – circa 6000 copie alla fine degli anni Ottanta[73] – .

Persino dal punto di vista dei contenuti il dibattito sul fermento provocato dal personal computer appare tardivamente a partire dal 1989 con la pubblicazione del n. 11, intitolato *Ambition/Fear: graphic designer and the Macintosh computer* e interamente dedicato al neonato rapporto tra grafici e strumentazione digitale. A individuare le possibili cause di questo ritardo il ricordo di Roberto Barazzuol[74], progettista grafico italiano immigrato a San Francisco nel 1982, che evidenzia come l'esperienza di *Emigre* non sia nata con l'intento di essere un luogo di dibattito sulla contemporaneità, bensì uno spazio dove dar voce alla comunità creativa internazionale di San Francisco[75] e in cui poter creare un network tra le diverse professionalità.

Prima di affrontare gli argomenti riportati nel numero appena citato, dallo spoglio del periodico dal 1984 al 1994, si trova un primo riferimento al computer e ai cambiamenti in atto nel n. 6 del 1986, *Typesetting and font design from Emigre Graphics*[76], in cui è pubblicata una doppia pagina vetrina dei caratteri digitali progettati dalla Licko. In questo spazio la progettista evidenzia l'utilizzo del computer Apple *Macintosh* impiegato per il disegno e la realizzazione di alcuni tipi usati nella rivista. La tipologia dei caratteri mostrati è suddivisa in due categorie: i *bitmap fonts* (Emigre, Emperor, Oakland e Universal) e i *PostScript fonts* (Berkeley, Matrix, Modular, Zenith). Questi ultimi dimostrano il miglioramento tecnologico dei programmi per il disegno

71 Cfr. Licko, S., VanderLans, R., *Emigre: graphic design in the digital realm*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1993, p. 8.

72 Cfr. Licko, S., VanderLans, R., *Emigre: graphic*..., p. 34.

73 Cfr. Blackwell, L., *Caratteri e*..., p. 216.

74 Roberto Barazzuol (Pieve di Soligo, 1958) è uno dei pochi progettisti italiani a essere stato pubblicato per ben due volte all'interno della rivista Emigre. Si vedano: *Roberto Barazzuol. Disegno grafico*, in "Emigre", 5, 1986, pp. 21-23; intervista dell'autrice a Roberto Barazzuol, Udine 20.05.2019, pp. 374-382.

75 Intervista dell'autrice a Roberto Barazzuol, Udine 20.05.2019, p. 374.

76 Cfr. Licko, S., *Typesetting and font design from Emigre Graphics*, in "Emigre", 6, 1986, pp. 9-10.

dei caratteri e l'introduzione del linguaggio PostScript nella produzione tipografica.

Di tutt'altra natura è il contributo del n. 11 del periodico che affronta in modo articolato il dibattito sull'introduzione del computer nell'ambito del graphic design, offrendo un panoramica sullo stato dell'arte della professione attraverso le testimonianze di sedici progettisti provenienti da tutto il mondo, fra i più noti Philippe Apeloig, Matthew Carter, Malcom Garrett, April Greiman, Takenobu Igarashi, Jeffery Keedy, Clement Monk e Erik Spiekermann. In questo numero, attraverso la scelta dei progetti esemplificativi riprodotti come immagini nella rivista – frutto del primo incontro della disciplina grafica con gli strumenti digitali – e articoli dall'estetica vibrante si affrontano differenti tematiche, evidenziando approcci contrastanti tra i graphic designer, i quali si dividono inizialmente tra coloro che trovano nel computer "la salvezza creativa dalla noia della metodologia quotidiana" e quelli che invece utilizzano "questa nuova tecnologia per accelerare i processi di produzione tradizionali"[77].

Nel fascicolo n. 11 del 1989 si passa dalle riflessioni sull'estetica del bitmap alla tipografia espressiva resa possibile dal computer, fino a trattare le tematiche dell'auto-pubblicazione, modalità progettuale utilizzata dagli stessi editori di *Emigre* a partire dai primi numeri della rivista. Sicuramente l'aspetto emerso maggiormente è l'accettazione della nuova strumentazione digitale vista come una grande rivoluzione e come un'opportunità di rinnovamento sia dal punto di vista dei linguaggi visivi sia della catena di produzione che del rinnovato rapporto tra progettista ed elementi grafici. Nell'introduzione VanderLans evidenzia proprio quest'ultimo aspetto, secondo il quale "i designer possono controllare ogni aspetto della progettazione e della produzione, senza più avere bisogno di compositore tipografico o di un fotolitista. [...] È possibile, adesso, per un solo individuo, riunire in sé tutti i ruoli richiesti nell'editoria [...] mettendo insieme in tal modo una grande varietà di discipline".[78]

Sempre nel medesimo testo di VanderLans sono elencate ulteriori caratteristiche della tecnologica digitale, responsabile di aver velocizzato alcuni passaggi sia della produzione grafica sia di alcuni aspetti generici della professione, ad esempio il grafico olandese sottolinea come l'archiviazione e la trasmissione dei testi e delle immagini stiano diventando progressivamente operazioni effimere, poiché testi e immagini, trasformati in dati digitali, possono essere conservati e trasportati facilmente in supporti mobili e leggeri. Al contempo gli elementi grafici, diventando immateriali e riducendosi a dei 'digital data'[79] – come li definisce l'autore stesso –, sono facilmente accessibili su qualsiasi unità e da chiunque. Tale accessibilità comporta parallelamente una facilitazione delle modifiche dei file di lavoro e ,sebbene questo particolare aspetto digitale consenta la risoluzione immediata degli errori, di contro ha introdotto la nuova problematica della manipolazione del lavoro altrui e del diritto d'autore, tematica urgente sviluppatasi negli anni Ottanta e Novanta e affrontata soprattutto nelle testimonianze di Spiekermann e Keedy[80].

Infine VanderLans chiude l'introduzione esprimendo tutto il suo entusiasmo verso le nuove tecnologie digitali, arrivando persino a dichiarare "This is perhaps the most exciting of times for designers. Digital technology is a great big unknown, and after all, a mystery is the most stimulating force unleashing the imagination"[81].

77 Cfr. VanderLans, R., *Ambition/Fear introduction*, in "Emigre", 11, 1989, p. 3.

78 Ibidem.

79 Ibidem.

80 Cfr. *Interview to Jeffrey Keedy, Los Angeles, 12.12.1988*, in "Emigre", 11, 1989, p. 6; *Interview to Erik Spiekermann, Berlino, 07.12.1988*, in "Emigre", 11, 1989, p. 12.

81 Cfr. VanderLans, R., *Ambition*..., in "Emigre", 11, 1989, p. 1.

Ad una lettura più approfondita ciò che emerge in questo numero di *Emigre* dalle testimonianze dei progettisti interpellati è da un lato uno scenario entusiasta verso l'avvento dei computer nell'ambito del graphic design – si vedano le esperienze di Greiman e Keedy –, dall'altro la consapevolezza che il computer è soltanto un mezzo per poter esplorare e ampliare i confini dei graphic designer: " [...] we're looking at more possibilities. Instead of doing more work we are seeing more options. Now we spend more time visualizing and seeing things [...]"[82]. La posizione 'tecnoentusiasta' della Greiman è ampiamente condivisa da altri progettisti intervistati, come la testimonianza di Apeloig che afferma "posso [spostare] una lettera, una parola, una riga o anche un intero paragrafo. Posso sperimentare e vedere immediatamente come funziona"[83], evidenziando così come la visualizzazione istantanea della modalità WYSIWYG sia un grande vantaggio per il processo della progettazione grafica e apporti notevoli benefici soprattutto dal punto di vista della velocizzazione del lavoro e della riduzione dei costi di produzione.

Un'ulteriore questione posta da tutti riguarda la paura dell'omologazione dei linguaggi visivi introdotta dall'uso del computer. Secondo i progettisti più scettici – non rappresentati nel numero della rivista preso in analisi – il rischio maggiore in cui potrebbero imbattersi è quello di trovarsi di fronte a linguaggi visivi digitali tutti uguali. Il timore principia dalla diffusione della grafica connotata dai pixel – tipica espressione visiva degli anni d'esordio del computer –, quando la bassa risoluzione dei monitor e delle prime stampanti laser restituisce font bitmap e immagini vettoriali pixelate. Di contro, i designer intervistati sostengono come il computer si stia dimostrando uno strumento capace di ampliare la possibilità di esprimersi in diverse forme e linguaggi, facendo emergere maggiormente la soggettività dell'approccio progettuale individuale. Quindi la paura dell'appiattimento della grafica rimane infondata, soprattutto se rapportata all'influenza dettata dall'*International Style* negli anni poco precedenti all'avvento del computer, in cui, come ricorda Valicenti, si promuoveva l'uso quasi esclusivo del carattere Helvetica e della gabbia a tre o quattro colonne. Inoltre, sempre secondo Valicenti, la sensazione di incertezza o i timori innescasti dall'uso del computer sono determinati dalla fase di sperimentazione che i progettisti stanno attraversando[84]. La paura e la diffidenza non sono rivolte soltanto alla questione dell'omologazione dei linguaggi grafici, ma anche alla macchina digitale in quanto strumento nuovo e sconosciuto. Secondo le testimonianze raccolte in questo numero, coloro che si sono dimostrati più reticenti sono i grandi maestri del passato, per citare un esempio riportato da Valicenti, Paul Rand in *ID Magazine* afferma: "resents computer graphics [...] they are an affront to my sensibilities"[85]; a tale provocazione Valicenti stesso risponde "Computers are for the designers of the present, not designer for the 'timeless' past"[86], evidenziando così l'evidente frattura tra i progettisti entusiasti e quelli contrari alla diffusione del personal computer nell'ambito del graphic design.
Infine un ultimo aspetto emerso soprattutto dalle esperienze dei grafici d'oltreoceano, come Apeloig e Garrett, riguarda ulteriori criticità confinate in particolar modo nell'area geografica europea, dove i costi elevati del *Macintosh* spingono i progettisti ad affidarsi nei primissimi anni Ottanta ad altre aziende produttrici di computer[87].

82 Cfr. *Interview to April Greiman, Los Angeles, 28.10.1988*, in "Emigre", 11, 1989, p. 8.

83 Cfr. *Interview to Philip Apeloig, Parigi, 12.12.1988*, in "Emigre", 11, 1989, p. 17.

84 Cfr. *Interview to Rick Valicenti, Chicago, 08.01.1989*, in "Emigre", 11, 1989, p. 6.

85 Ibidem.

86 Ibidem.

87 Cfr. *Interview to Malcom Garrett, London, 25.01.1989*, in "Emigre", 11, 1989, p. 24.

Se le discussioni avviate nel n. 11 di *Emigre* sono un primo tentativo di affrontare l'avvento dei computer nell'ambito del graphic design confrontandosi direttamente con i principali protagonisti di questa disciplina, nei successivi numeri si esaminano nuove tematiche introdotte dalla strumentazione digitale. Ad esempio, nel n. 14 del 1990 *Heritage*, a seguito della specifica richiesta dello studente svizzero Richard Feuer, la rivista avvia un'indagine sullo stato dell'arte dello scenario svizzero dopo l'avvento del computer. Nell'editoriale VanderLans, ammettendo i suoi pregiudizi sulla pulizia formale caratteristica della Scuola tipografica svizzera, stupito si trova davanti a una nuova generazione di giovani progettisti che mediante l'uso del computer inizia a sperimentare, liberando la grafica svizzera dagli stereotipi del passato. Lo stesso autore afferma di aver scoperto una molteplicità di approcci e stili molto simili ai lavori visti negli Stati Uniti o in Olanda[88]. In particolar modo questo numero di *Emigre* ospita non solo le testimonianze dei giovanissimi, ma anche il confronto tra la vecchia e la nuova generazione attraverso le testimonianze di Wolfang Weingart, della Greiman e di Hamish Miur del collettivo 8vo; questi ultimi due riportano nello specifico le loro esperienze didattiche in Svizzera.

Nella sua premessa Weingart dichiara che nel 1990 ormai il graphic design possiede un aspetto internazionale – il progettista svizzero introduce il vocabolo globalizzazione – poiché è caratterizzato dall'uso della medesima strumentazione e dalla veicolazione rapida delle idee e dei linguaggi mediante la diffusione delle riviste di settore internazionali, che permettono appunto ai giovani designer o agli studenti di confrontarsi nell'immediato con le diverse realtà estere. Sempre secondo il progettista svizzero, il progetto grafico degli anni Novanta si configura contemporaneamente come "a melting pot, a melange of personalities rather than individual voices"[89] e ciò che sta accadendo in Svizzera è l'assimilazione e l'attuazione da parte dei giovani designer delle istanze visive della New Wave, di cui egli stesso ne è stato il precursore negli Settanta.

Punti di vista differenti sono le testimonianze dei giovani designer svizzeri, come Feuer o come Polly Bertram & Daniel Volkart, che riconoscono una doppia anima nei loro lavori: da un lato un rispetto profondo per la tradizione tipografica svizzera che li porta a prediligere l'uso di caratteri bastoni come l'Akzidenz Grotesk; dall'altro la necessità di esplorare le potenzialità fornite del computer, mediante la sovrapposizione dei livelli e l'elaborazione delle immagini fino alla ricerca di linguaggi più soggettivi e contemporanei. Come vedremo questa duplicità si ritrova in altri scenari internazionali meno indagati dalla rivista *Emigre*, come quello italiano, oggetto d'indagine di questa ricerca.

Proseguendo con l'analisi del periodico californiano, se finora nei numeri citati viene analizzato in particolare il rapporto diretto tra progettisti e computer – nello specifico la relazione con il *Macintosh* della Apple –, nel n. 15 del 1990, *Do you read me?*, VanderLans e Licko approfondiscono la tematica della scrittura digitale e la sua conseguente messa in crisi della leggibilità. Tale problematica si è sviluppata con la propagazione della tipografia digitale e con la democratizzazione del progetto dei tipi esteso a un pubblico più vasto, non sempre rappresentato da professionisti del settore. In tale pubblicazione si riportano gli interventi della stessa Licko e di altri designer – considerati

88 VandeLans, R., *Heritage*, in "Emigre", 14, 1990, p. 1.

89 Weingart, W., *Swiss graphic design today: where are the autonomous young Swiss designers?*, in "Emigre", 14, 1990, p. 2.

innovatori dagli stessi editori – come Barry Deck[90], Keedy, Ellen Lupton[91], Peter Mertens[92] e J. Abbott Miller[93]; in particolare le testimonianze degli ultimi tre esaltano le qualità espressive dei nuovi caratteri digitali.

La discussione si apre con la definizione di leggibilità data da Mertens, secondo il quale, "letters are legible. If some things are not legible, then they are not letters. Illegibility does not exist"[94]. Questo *incipit* fa supporre fin da subito che il dibattito affrontato in questo fascicolo di *Emigre* sulla questione della leggibilità è strettamente connesso alla produzione dei nuovi caratteri digitali, responsabili di aver introdotto nuove forme confacenti alla natura elettronica e digitale del mezzo con le quali vengono prodotte. A sostegno di tale tesi la stessa Licko racconta di come i primi caratteri realizzati per *Emigre* rispecchino la tecnologia del primo modello *Macintosh*, in cui si è enfatizzato il pixel come traduzione visiva del computer. Tuttavia con il passare del tempo l'avanzamento tecnologico ha raggiunto un punto tale da non essere più necessaria la corrispondenza visiva della forma del carattere con il supporto con il quale viene progettato. Inoltre la Licko sottolinea come si sia raggiunto un momento in cui si può disegnare "qualsiasi forma piaccia senza troppe limitazioni del mezzo"[95], rimarcando per la prima volta come la tipografia, ideata in quel frangente, appaia visivamente più potente perché progettata "per uno scopo molto preciso" e possa essere parallelamente "rivelatrice dei reali intenti"[96] del progettista. La cofondatrice della rivista riconosce infine il merito del personal computer nella democratizzazione del type design, fino a riconoscere che il suo approccio progettuale è sia molto influenzato dalla nuova strumentazione tecnologica sia dettato dalla necessità di esplorare essenzialmente due questioni: 1. piacere di sperimentare con le potenzialità del computer laddove non è stato possibile con altre tecnologie; 2. vedere quanto le forme di base delle lettere, benché modificate, restino funzionali. Per queste due principali motivazioni la Licko predilige il computer, poiché le dà la possibilità di mescolare, ad esempio in una font, le caratteristiche formali tipiche della forma maiuscola con quelle della minuscola.

Un'ulteriore riflessione condotta dalla progettista sulla riconoscibilità della forma delle lettere evidenzia come essa vari col tempo e dipenda molto dal concetto di familiarità che il lettore ha sviluppato con quella determinata forma, a tal proposito dichiara che "i caratteri non sono intrinsecamente leggibili; piuttosto è la familiarità del lettore con gli stessi che determina la loro leggibilità. Diversi studi hanno dimostrato che il lettore legge meglio ciò che legge spesso. La leggibilità è un processo dinamico, dal momento che le abitudini del lettore sono suscettibili al cambiamento. È strano come le lettere gotiche, che oggi consideriamo illeggibili, fossero in realtà preferite dall'XI al XV secolo a molti

90 Berry Deck (Mount Pleasant IA, 1962) è un type designer statunitense, tra i suoi caratteri più famosi c'è il Template Gothic (1990) venduto dalla fonderia di Emigre.

91 Ellen Lupton (Philadelphia, 1963) progettista e critica del design statunitense, nel 1989 fonda con J. Abbott Miller lo studio Design/Writing/Research. Dal 1992 è la curatrice della sezione di design al museo Cooper Hewitt di New York.

92 Peter Martens (1953) progettista olandese, co-fondatore con Max Kisman nel 1986 della rivista *TYP/ Typografisch Papier*.

93 J. Abbott Miller (Indiana, 1963) progettista statunitense, studia design alla Cooper Union School of Art a New York. L'esperienza con Ellen Lupton lo porta a essere identificato come uno dei pionieri della teoria del 'designer come autore'. Dal 1999 è partner dello studio Pentagram a New York.

94 Cfr. Martens, P., *Legibility*, in "Emigre", 15, 1990, p. 2.

95 Cfr. *Typeface designs: Zuzana Licko*, in "Emigre", 15, 1990, p. 8.

96 Ibidem.

caratteri umanistici”[97]. Con tale affermazione la Licko difende le posizioni portate avanti nel periodico sulla diffusione della tipografia digitale e l’operato dei type designer che negli anni Novanta sfidano i preconcetti su quest’area di progetto.

Un altro punto di vista interessante è fornito da Keedy rimarcando come il suo approccio al disegno dei caratteri sia il frutto della “reazione a ciò che lo circonda”[98] e di come lui sia interessato a includere e non a escludere questi differenti input visivi identificativi della complessità di quegli anni. Da qui principia la sua esigenza di connotare espressivamente la tipografia tralasciando tutte le regole imposte fino ad allora dal Modernismo e restituendo un’impronta di autorialità alle forme dei caratteri. Il suo atteggiamento rispecchia la fluidità e il mescolamento imposto involontariamente dall’utilizzo del computer nel processo progettuale.

La posizione di Keedy è ripresa in questo fascicolo anche dal giovane type designer Deck – autore del Barry Sans Serif venduto dalla stessa fonderia di *Emigre* –, che dichiara il suo interesse per i caratteri che riflettono nella forma l’imperfezione dei linguaggi del mondo contemporaneo, a dispetto del rigore formale tanto ricercato negli anni precedenti.

Alla fine il pensiero della Licko e la tematica della leggibilità sono ampiamente condivisi da altri progettisti non solo in questo fascicolo, ma anche in altri numeri successivi del periodico.

Ad esempio, nel n.18 del 1991, intitolato *Type-site*, è esplicitata già in copertina la tematica che sarà affrontata utilizzando come soggetto principale la riproduzione fotografica di un testo sugli effetti della diffusione della tipografia digitale: “In the new computer age the proliferation of typefaces and type manipulations represents a new level of visual pollution threatening our culture, all we need are a few basic ones, and trash the rest. So come and see”[99].

Ad aprire questo numero è l’intervento di Philip Baines[100], progettista inglese, che affronta la questione della leggibilità attraverso la raccolta delle più celebri definizioni del termine nella storia del graphic design a partire dalla spiegazioni di Herbert Bayer e Jan Tschichold fino ad arrivare a quelle più contemporanee e innovative della stessa rivista *Emigre* e del saggio *Type writing: Structuralism and Typography*[101] di Lupton e Miller, in cui è citato l’approccio di Keedy. Baines effettua tale esplorazione storico-terminologica per sostenere che il concetto della leggibilità si è evoluto nel tempo adattandosi agli strumenti con i quali la tipografia è stata realizzata, assistendo soprattutto nei primi anni Novanta alla compresenza di caratteri di stampo tradizionali con quelli digitali nello stesso progetto grafico, caratteristica che connoterà in particolare i lavori dei Why Not Associates e di molti altri designer inglesi. Secondo la sua esperienza di docente al Central St. Martin College of London è importante trasmettere agli studenti contemporaneamente le conoscenze della tipografia ‘a caldo’ e di quella digitale, perché soltanto in questo modo acquisiranno una profonda conoscenza delle forme tipografiche, a tal punto da poter sperimentare preservandone comunque le caratteristiche formali e la loro leggibilità.

Inoltre, sempre secondo Baines, la leggibilità è un processo dinamico e non può essere scambiata per l’essenza della comunicazione, così com’è stato fatto nel passato nella scuola del Bauhaus.

Alla fine per concludere il dibattito sviluppato nel n.11 di *Emigre* è riportato anche il punto di vista sulla tipografia digitale di Erik van Blokland e Just van Rossum – giovanissimi type designer olandesi collaboratori del collettivo LettError –. Il loro contributo, dal titolo *Is best really better?*[102], rende chiaro fin da subito il loro approccio al disegno dei tipi:

> “Siamo in grado di produrre digitalmente i caratteri tipografici disegnati in maniera più perfetta con risoluzioni fino a 5000 linee per pollice. Possiamo stampare in offset, senza fuori registro, sulle carte più pregiate e rifinire la stampa con strati di vernice, il tutto a una velocità che i nostri antenati del XV secolo troverebbero sconcertante. Tecnicamente possiamo creare la stampa più perfetta di sempre, raggiungendo la massima qualità possibile mai avuta. Sfortunatamente, i risultati sono diventati troppo spesso assolutamente noiosi. La qualità di un prodotto stampato, l’alta risoluzione dei suoi caratteri tipografici, la stampa perfetta non sono necessariamente ciò che rende il graphic design chiaro e ottimo. Così come reazione a ciò, abbiamo deciso di creare un carattere tipografico che aggiungesse vivacità alla pagina, da tempo perduta utilizzando le moderne tecnologie disponibili. Il nostro carattere tipografico dovrebbe presentare una distorsione ad alta risoluzione dei suoi contorni digitali realizzato con lunghi tempi di rasterizzazione rispetto alla maggior parte dei processi digitali, ottenendo visivamente questo risultato: un aspetto segmentato e lento contro quello liscio e veloce.”[103].

La riflessione condotta da due type designer olandesi li spinge a progettare così il carattere *Beowolf* partendo dal disegno tradizionale della tipografia, avvalendosi però di alcuni accorgimenti tecnici possibili solo mediante l’uso del computer. Ad esempio, per questo progetto scoprono che è possibile calcolare ogni punto e ogni curva in modo diverso ogni volta che una lettera viene generata, spostando leggermente i punti che definiscono un carattere in varie direzioni “random”[104] così da produrre ogni qualvolta una lettera dai contorni differenti, non uniformi né bitmap. Tale operazione è interamente realizzata con il linguaggio PostScript, dando vita a ciò che definiscono il sistema *RandomFont*, in cui ogni lettera stampata è diversa di volta in volta, poiché i contorni della font si ridefiniscono a seconda del comando del progettista.

L’espediente formale proposto, secondo i due designer, restituisce vivacità alla pagina stampata, raggiungendo i risultati da loro auspicati. In questo esperimento generativo seppure le lettere risultano essere visivamente diverse tra di loro, van Blokland e van Rossum individuano un’unità complessiva data *in primis* dalla modalità di generazione della lettera e poi dalla caratteristica formale dei contorni frastagliati tipici del sistema *RandomFont*.

Questo tipo di sperimentazione tipografica evidenzia ancora una volta le potenzialità espressive della strumentazione digitale che spinge alcuni ambiti consolidati del graphic design a nuove soluzioni ed esiti innovatori e soprattutto inediti, tipici proprio degli anni Novanta.

97 Ivi, p. 12.

98 Cfr. VanderLans, R., *Jeffery Keedy*, in “Emigre”, 15, 1990, p. 14.

99 *Copertina*, “Emigre”, 18, 1991.

100 Philip Baines (Kendal UK, 1958) type designer, docente e autore di diversi libri, durante la conferenza internazionale *Type ’90*, ospitata a Oxford, è stato considerato da Edward Booth Clibborn – autore ed editore di volumi sulla comunicazione visiva – uno dei giovani esponenti de “The New British wave in typography” assieme agli studi ThunderJockeys e Why Not Associates.

101 Cfr. Lupton, E., Miller, J.A., *Type Writing: Structuralism and Typography*, in “Emigre”, 15, 1990, pp. 25-32.

102 Cfr. van Blokland, E., van Rossum, J., *Is best really better?*, in “Emigre”, 18, 1991, pp. 26-27. Disponibile online: https://letterror.com/articles/is-best-really-better.html [19.01.2021]

103 Ivi, p. 26.

104 Ibidem.

L'idea del sistema *RandomFont*, secondo i suoi ideatori, potrebbe anche essere applicata ad altri campi della grafica, per esempio al logo che di volta in volta cambia forma e posizione all'interno dell'artefatto grafico in cui è inserito, arrivando ad affermare:

> "For years graphic designers, especially those who subscribe to the ideas and philosophies of Swiss design or Modernism, have argued that logos and typefaces should appear consistent to establish recognition. We don't think that this is necessary. Creating a randomlogo for a company, with letterheads and forms on which the logo would move around and change, does not necessarily decrease recognisability"[105].

Con un atteggiamento visionario i due type designer olandesi hanno anticipato così di qualche decennio quella che sarebbe stata la grafica generativa e l'identità visiva dinamica, arrivando a sostenere che la casualità intrinseca nel processo di progettazione da loro utilizzata è soltanto stata enfatizzata dal computer e dalla tecnologia digitale, nonostante nella tipografia del passato fosse già presente soprattutto a causa della mancata standardizzazione della misurazione dei tipi. In passato ogni nazione aveva adottato i propri standard e unità di misura tipografici, problema che si stava riproponendo anche nella programmazione dei primi software, in cui ad esempio il sistema metrico americano non corrisponde a quello europeo.

Infine il contributo di van Blokland e van Rossum si conclude con il ringraziamento al computer come strumento, che sebbene risulti freddo e impersonale a molti graphic designer, ha dato loro la capacità di realizzare un progetto innovativo come il sistema *RandomFont*, testimone della contemporaneità.

Un ulteriore contributo che affronta la questione della leggibilità è quello del type designer olandese Unger, intitolato *Legible?*[106], in cui si sfatano molte delle affermazione dei puristi dei caratteri tipografici riguardo alle abitudini di lettura delle persone e si riconsidera il progetto dei tipi come qualcosa di più di un contenitore 'trasparente' per i testi. Unger offre uno sguardo maturo e soprattutto consapevole dell'ambito progettuale, nelle sue parole si deducono tutta la sua conoscenza e il rispetto per la tradizione tipografica, ma si percepisce anche la sua attenzione al futuro e all'ambiente circostante in continua evoluzione, che a suo avviso condiziona in maniera importante sia le forme dei caratteri stessi sia la loro leggibilità.

All'inizio del suo testo il designer olandese illustra qual è lo scenario del graphic design rispetto a tale tematica, affermando che se dapprima l'avvento del computer ha messo in discussione l'esistenza del testo stampato, negli ultimi anni Ottanta è entrato in crisi anche il concetto di leggibilità stessa, divenuta protagonista sempre più delle discussioni nelle riviste di settore e nei seminari attorno al graphic design contemporaneo. Partendo dall'esperienza olandese, Unger riporta alcune dichiarazioni rilasciate da Wim Crouwel – progettista grafico e allora direttore del Museum Boymans-van Beuningen – secondo il quale è necessario prendere in considerazione una nuova nozione di leggibilità, non più legata a ciò che è stato valido nei vent'anni precedenti, bensì alla consapevolezza della moltiplicazione degli artefatti comunicativi dai molteplici linguaggi visivi. La maggiore varietà di progetti e interpretazioni grafiche avrebbero dovuto modificare l'approccio alla lettura, rendendo il lettore capace di leggere qualsiasi cosa senza difficoltà.

Riprendendo alcune considerazioni che sono state fatte nello specifico in alcuni numeri della rivista *Emigre* – il n.15 e il n. 18 entrambi del 1991– Unger nota come diversi autori, nella fattispecie la Licko, Baines e Keedy, concordino nell'affermare che la tipografia leggibile pre-digitale sia "extremely dull"[107] e non rispecchi l'ambiguità o la mutevolezza del contesto attuale. A sostegno di queste tesi, viene anche citata Michele-Anne Dauppe[108] che nella rivista *Eye* suggerisce come la leggibilità si è basata su regole stabilite ed è stata misurata rispetto a standard assoluti ottenuti attraverso la ricerca ottica. Secondo la Dauppe, negli ultimi due decenni del Novecento non è più possibile applicare quelle regole, perché gli standard stanno cambiando e la leggibilità è spinta agli estremi così come testimoniano le pagine eclettiche e sperimentali della stessa rivista *Emigre*.

A partire da queste ultime affermazioni, Unger compie a ritroso un'attenta analisi delle ipotetiche regole a cui fa riferimento la Dauppe, scorrendo così la storia della tipografia avanti e indietro dagli scritti[109] di Herbert Spencer del 1968 a quelli più datati di Tschichold del 1928 e di Stanley Morison del 1936, cercando di dimostrare che, sebbene le regole sulla leggibilità abbiano continuato a proliferare nel tempo, sono state significative di ogni singolo periodo storico quindi non possono essere considerate standard e sono semplicemente dettate dalla necessità di un cambiamento.

In questa esplorazione temporale del concetto di leggibilità Unger arriva a considerare anche le riflessioni più recenti di Max Kisman – type designer e cofondatore della rivista *TYP/Typografisch Papier* – che nel 1991 scrive: «The institution of the letter will be abolished. The power will be defeated. Since their digital manifestation, letters have been outlawed. The prevailing conceptions have lost their value. Graphic design is a fake and aesthetic-based page filler. Graphic design and typography will be banned.»[110]. D'accordo con l'affermazione di Kisman, Unger chiede a se stesso e alla comunità di *Emigre* se effettivamente i nuovi caratteri tipografici siano progettati per offrire ai lettori un mero piacere estetico oppure per impressionare col proprio progetto i colleghi progettisti. Se così fosse questo atteggiamento sarebbe solo il punto di partenza per compiere un restauro dell'ambito progettuale perché, secondo Unger, la storia insegna che rompere con il passato non serve a nulla, ma bisogna affrontarlo con la giusta consapevolezza del cambiamento in atto altrimenti si ritornerà al punto di partenza.

Infine il suo contributo si conclude chiedendosi quali siano le reali ragioni che provocano la crescente richiesta di nuovi caratteri digitali, domanda alla quale Unger non sa rispondere, accennando alla possibilità che non sia soltanto il senso attrattivo verso le nuove forme ricche di dettagli e alterazioni, ma una motivazione più profonda che faccia recepire le vecchie font come qualcosa a cui si è abituati e perciò ormai inefficaci.

Fin qui i contributi analizzati pubblicati dal periodico californiano hanno esplorato soprattutto il concetto di leggibilità messo in crisi, come si è visto, non solo dall'avvento del computer e dalla democratizzazione del progetto dei caratteri tipografici, ma anche da una serie di altri fattori soprattutto culturali, maggiormente individuati dal testo di Unger sotto forma di una completa e puntuale riflessione più articolata rispetto alle testimonianze dei giovani ed entusiasti graphic designer.

La rivista *Emigre* però, oltre ad affrontare le problematiche introdotte dalla tipografia digitale, si dedica anche a ulteriori questioni sorte con l'avvento del computer, tra

105 Ivi, p. 27.

106 Cfr. Unger, G., *Legible?*, in "Emigre", 23, 1992, pp. 4-11.

107 Ivi, p. 4.

108 Dauppe, M.A, *Get the message?*, in "Eye", 3, 1991. Disponibile online: eyemagazine.com/opinion/article/get-the-message [19.01.2021]

109 Per i volumi a cui Unger fa riferimento si vedano: Tschichold, J., *Die neue typographie*, Berlin, 1928; Morison, S., *First principles of typography*, London: Macmillan, 1936; Spencer, H., *The visible word: problems of legibility*, NY: Hastings House, 1968.

110 Cfr. Kisman, M., *Des computer inspireet*, in "TYP", 1991.

queste alcune riguardano le istanze visive del Post-modernismo – di cui la rivista è un po' un baluardo[111] – attraverso l'indagine sulla sua influenza nel mondo professionale e in quello accademico; altre i valori estetici della grafica contemporanea mediante la ricognizione dei lavori dei graphic designer o degli istituti di formazione più all'avanguardia – come nel caso dei numeri monografici dedicati alla rivista *Beach Culture* e a David Carson[112] oppure al gruppo londinese The Designers Republic[113] – e per finire gli sviluppi futuri della grafica con l'avvento del web.

La visione della rivista *Emigre* è stata spesso lungimirante su alcuni fenomeni che sarebbero accaduti successivamente. Seppure nel corso degli anni il periodico sia stato interessato più agli aspetti visivi che a quelli sociali della professione, VanderLans e i suoi collaboratori sono riusciti a intuire che la diffusione del computer avrebbe rappresentato la sfida più grande per la comunità dei graphic designer, i quali abituati a trattare esclusivamente con testo, immagini statiche e palette colori, avrebbero dovuto cimentarsi improvvisamente con una disciplina che include anche i suoni, i video e le animazioni. Tali elementi evocano la multimedialità tipica degli anni Novanta, nella quale il cd-rom rappresenta il formato portatile di questa nuova caratteristica del progetto, dove l'interattività diventa la sua quarta dimensione.

Lo sguardo così aperto e curioso verso il contemporaneo determina la fama di questa rivista, facendola diventare *in primis* una delle prime riviste di settore a diffondere le istanze visive sperimentali e attuali, frutto di riflessioni e necessità differenti rispetto al movimento dell'*International Typographic Style*, secondariamente un punto di riferimento per le nuove generazioni. Purtroppo tutta questa visibilità la porta a essere anche il bersaglio di diverse critiche soprattutto da parte dei grafici più conservatori, come quella di Massimo Vignelli che, durante un'intervista al periodico *Print*, definisce il lavoro della rivista californiana "typographic garbage" e "an aberration of culture" [114], accusandola di diffondere incoerenza visiva e risultati grafici privi di profondità, raffinatezza e senso storico del progetto. Si trova una traccia della critica mossa da Vignelli nell'introduzione del n. 23 del 1992, *Culprits*, in cui VanderLans dichiara di non essere intenzionato a rispondere alle accuse del progettista milanese per due ragioni: rispondere avrebbe significato definire la rivista e il suo lavoro come una reazione alle critiche altrui; è più importante continuare a pubblicare progetti grafici in linea con la visione del periodico, con la speranza che nel frattempo si consolidi la validità del lavoro che si sta svolgendo[115].

Lo spoglio della rivista, utile all'individuazione del dibattito internazionale sull'avvento del computer e sui cambiamenti da esso apportati alla professione, termina con il n. 32 del 1994, a partire dall'anno successivo il periodico subisce un cambio sia nella veste grafica sia nelle tematiche trattate; graficamente si riducono le dimensioni delle pagine in un formato più convenzionale (43*29 cm), fino ad adottare anche un aspetto visivo fisso e ripetitivo. A proposito del cambio di rotta dei contenuti VanderLans spiega "piuttosto che sulle intenzioni dei designer e sul loro lavoro, abbiamo deciso di ribaltare

111 McVarish, E., *Inflection point*, 2017, p. 20 in www.emigre.com/assets/file/pdf/InflectionPoint.pdf [19.01.2021]

112 Si vedano: *Neomania*, in "Emigre", 24, 1992; *David Carson*, in "Emigre", 27, 1993

113 Si veda: "Emigre", 29, 1994.

114 Cfr. Vignelli, M., *Massimo Vignelli vs. Ed Benguiat (Sort of)*, in "Print", 5, 1991, p. 91.

115 Cfr. VanderLans, R., *Introduction*, in "Emigre", 23, 1992, p. 3.

le carte e vedere che impatto ha questo lavoro sulla nostra cultura"[116], decidendo di conseguenza di avvalersi della collaborazione fissa di alcune figure di teorici e non solo progettisti, come Keedy, Andrew Blauvelt e Anne Burdick, i quali introducono maggiormente scritti critici sul design conferendo alla rivista un tono più accademico.

La volontà di trattare anche la teoria nasce dalla necessità di rispondere ai cambiamenti in atto nel periodo successivo all'avvento del computer, in cui c'è maggiore bisogno di produrre testi critici che facciano luce sulle trasformazioni avvenute e indaghino le nuove sfaccettature della professione in relazione al multimediale.

1.3.2 *Octavo. The international journal of typography,* uno spazio indipendente di sperimentazione tra analogico e digitale (1986-1992)

Di natura differente dalla rivista californiana *Emigre* per ragioni legate sia al contesto in cui è ideata sia per l'approccio progettuale, ma soprattutto per gli strumenti analogici impiegati è l'esperienza del periodico inglese *Octavo. The international journal of typography* (1986-1992)[117]. La rivista è nata come ennesimo caso di autoproduzione editoriale nel contesto britannico della metà degli anni Ottanta per mano del collettivo 8vo[118], formato dai tre progettisti allora per lo più sconosciuti a livello internazionale – Simon Johnston, Mark Holt e Hamish Muir, quest'ultimo ha fatto parte del dipartimento di grafica dell'azienda americana Esprit –. Essa si propone di indagare la tipografia sia da un punto di vista storico sia da quello contemporaneo, raccontando e soprattutto illustrando visivamente la risposta britannica ai cambiamenti in atto negli ultimi due decenni del Novecento con l'introduzione del computer nella professione.

A differenza di *Emigre* il periodico *Octavo* è pubblicato per un breve periodo con l'uscita programmata di soli otto numeri[119], di cui i primi sette sono stampati – il formato utilizzato è l'A4 e sono tutti composti da una sovracopertina in carta da lucido – e l'ottavo è distribuito sotto forma di cd-rom interattivo per sottolineare come il panorama della grafica stia cambiando con l'avvento del personal computer e stia subendo un passaggio di transizione verso il multimediale.

Prima di addentrarsi nell'analisi delle tematiche trattate nella rivista, è opportuna una breve descrizione della veste grafica e l'illustrazione degli strumenti impiegati per realizzarla. L'aspetto singolare è che, a dispetto della tendenza grafica internazionale e anche di quella diffusa a Londra, il collettivo 8vo decide di realizzare i primi sette numeri cartacei senza l'ausilio del desktop publishing, nonostante acquistino il loro primo

116 Dooley, M., *Critical conditions: Zuzana Licko, Rudy VanderLans and the Emigre spirit*, in www.emigre.com/Essays/Emigre/CriticalConditionsandtheEmigreSpirit [19.01.2021]

117 Sulla rivista *Octavo. The international journal of typography* si vedano: Poynor, R., *Is anybody out there reading?*, in "Eye", 9, 3, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/is-anybody-out-there-reading; Thrift, J., *8vo: type and structure*, in "Eye", 37, 10, 2000. Disponibile online su: www.eyemagazine.com/feature/article/8vo-type-and-structure; Holt, M., Muir, H., *8vo: on the outside*, Zurich: Lars Müller Publishers, 2005; Triggs, T., *Design graphic design history*, in "Journal of Design history", vol. 22, 4, 2009, pp. 325-340. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/25653135; Poggenpohl, S., *Design journals: context, serendipity and value*, in "Visible language", 50, 2016, pp. 24-47; Holt, M., Muir, H., *Octavo redux 1:1. A record of Octavo, journal of typography 1986–1992*, London: Unit Edition, 2017.

118 Il collettivo britannico 8vo si forma nel 1984 ad opera dei progettisti Mark Holt e Simon Johnston, l'anno successivo si unisce a loro Hamish Muir completando la formazione ufficiale della piccola realtà progettuale situata a Londra. A partire dal 1986 Michael Burke prende parte al lavoro del collettivo come freelance e nel 1988 Johnston decide di lasciare deifinitivamente il gruppo. Lo studio resta in attività fino al 2001.

119 I curatori di *Octavo* – Simon Johnston, Mark Holt, Michael Burke e Hamish Muir – dichiarano già nell'editoriale del primo numero la loro intenzione di produrre esclusivamente otto numeri con la cadenza semestrale.

computer nel 1988. Con determinazione decidono appunto di concepire ogni fascicolo come una sorta di volume d'autore in cui si impiegano per la sua realizzazione strumenti analogici come: la Cow Gum, i fogli acetati, le vernici, gli inchiostri, i retini Pantone, i fogli Letraset, i pennini, la pellicola Rubylith, eccetera; tutto materiale di cancelleria tipico del periodo pre-digitale al quale viene affiancato ogni tanto l'uso della fotocopiatrice e di una fotocamera PMT. L'obiettivo del collettivo 8vo è quello di avvicinarsi il più possibile all'oggetto stampato definitivo lasciando il meno possibile al caso, utilizzando i mock-up finiti sia come riferimento per la composizione tipografica e grafica sia come linee guida per la tipografia.

Solamente a partire dal numero 87.4 la composizione tipografica e la messa in pagina del layout avviene mediante i processi di fotocomposizione avanzata per permettere la velocizzazione della fase di realizzazione del fascicolo.

In ogni modo non utilizzare il computer per la produzione di *Octavo* significa anche non poter accedere a una serie di comandi facilitatori del processo, come il comando 'cancella', funzione che nell'ambiente del desktop publishing risolve diversi problemi e rende la fase di progettazione completamente differente. Questo *modus operandi* porta da un lato i progettisti ad assumersi qualsiasi tipo di responsabilità in caso di errori non facilmente modificabili – per Muir sbagliare un singolo pezzo della procedura significa sprecare le ore di lavoro dedicate al progetto[120] –, dall'altro permette di lasciare delle tracce visibili nel risultato finale, rendendo così esplicita la fase di realizzazione.

L'esecuzione analogica di *Octavo* inserisce questo progetto dalla veste grafica molto contemporanea nel filone delle ricerche condotte da Weingart[121] nel decennio precedente e ne richiama fortemente i suoi insegnamenti sulla decostruzione delle griglie, fino ad ottenere un risultato visivo uguale ai progetti realizzati con il computer soprattutto oltreoceano. Un ulteriore elemento grafico di costruzione – ennesimo evidente riferimento grafico al progettista svizzero – è l'uso quasi esclusivo del carattere bastoni Haas Unica.

Diversamente, per quanto riguarda il punto di vista delle tematiche affrontate, la testata britannica decide, come già accennato, di focalizzarsi soprattutto sull'esplorazione della tipografia e della sua espressività, proposito riportato dagli editori nell'introduzione del primo numero del 1986: «Octavo has evolved from a desire to see an independent publication with acts as a serious forum for the discussion of matters, both contemporary and historical, relating to typography design. In its eight issues the journal will focus primarily on typography within graphic design, but will also investigate the way in which letterforms are used in the visual arts, poetry, architecture and the environment, as well as looking at broader matters such as design education»[122].

Le ragioni promotrici di tale scelta si riassumono in due precise necessità: 1. il desiderio di porsi in una posizione di rottura verso il formalismo grafico prevalente nello scenario inglese che ha relegato da tempo la tipografia a "the grey stuff at the bottom"[123]; 2. la necessità di confrontarsi da una parte con lo scenario internazionale prendendo come riferimento gli Stati Uniti e dall'altra con le ricerche condotte da Brody in Gran Bretagna. A tal proposito Muir dichiara che *Octavo* "sought, above everything else, to foreground typography as a solution in itself. It did this at a time when illustration was the dominant mode of graphic expression. And if all eight issues of *Octavo* prove anything, they prove that typography can be as expressive as image".[124]

Inoltre è necessario specificare che nella testata britannica non si genera un vero e proprio dibattito accademico sulla contemporaneità così come succede in *Emigre*, ma lo si affida maggiormente all'impaginazione differente per ciascun numero.

Uno dei primi momenti di confronto e restituzione testuale dei cambiamenti in atto è l'articolo

di April Greiman[125] nel primo numero di *Octavo* quasi a inaugurare con la sua presenza l'inizio di una nuova epoca. Il breve testo della Greiman è anticipato da un trafiletto introduttivo degli editori che definiscono la progettista statunitense come "una delle più innovative ed eccitanti designer contemporanee"[126] in grado di combinare e mescolare nel suo lavoro il linguaggio intraprendente e sperimentale californiano con la tradizione tipografica europea appresa nei suoi studi in Svizzera, connubio potenziato dall'uso del computer Apple *Macintosh*.

Il testo della Greiman, *Information texture*, non è altro che un omaggio al personal computer come strumento progettuale che le ha permesso di incrementare la sua creatività e la fluidità di mescolanza delle idee e dei linguaggi da un medium all'altro – l'immagine, il testo, l'animazione e il suono –. Inoltre data l'intuitività della GUI del computer, che lo ha reso facilmente utilizzabile, le è stato facile e rapido avvicinarsi alla macchina e usarla a proprio piacimento, grazie anche al sostegno delle nuove periferiche esterne, come la stampante laser, capace di riprodurre quasi fedelmente il progetto dalla visione a monitor alla stampa. Infine la Greiman conclude il contributo sottolineando come il *Macintosh* abbia risolto alcune dualità tipiche della natura umana e della professione del graphic designer, come lo sviluppo della parte sinistra o destra del cervello nelle attività creative, la contrapposizione uomo/macchina e quella ragione/espressività. Nonostante l'articolo introduttivo della progettista statunitense dia spazio in *Octavo* alla questione del rapporto progettista e computer, resta un contributo poco approfondito e restituisce una testimonianza superficiale della transizione in atto.

Ma oltre al testo della Greiman su tale tematica, si trova un'ulteriore riflessione sulla contemporaneità soprattutto negli ultimi due numeri, in cui soprattutto nell'ultimo del 1992 avviene la presentazione di un nuovo ambito progettuale attivato proprio dalla trasformazione digitale, ossia le interfacce ipertestuali e la multimedialità.

Prima di analizzare meglio l'ottavo numero del periodico, bisogna però soffermarsi su quello precedente, il 90.7, nella cui introduzione gli editori della rivista esplicitano per la prima volta come la tecnologia stia influenzando sia la forma sia l'uso della tipografia, condizionando di conseguenza anche il concetto di lettera come immagine. A un'attenta analisi sembra che i progettisti del collettivo 8vo si siano resi conto del periodo in cui operano, riflettendo sulla necessità di individuare un "nuovo linguaggio di sintesi che esprima lo spirito dell'oggi e non abbia paura del domani"[127] e comprendendo parallelamente l'utilità del computer nel raggiungimento di tale scopo. Diversamente però la medesima introduzione va in opposizione a uno degli intenti inziali degli editori, ossia quello di avvalersi di tecnologie esclusivamente analogiche o elettroniche per la realizzazione della rivista, spingendo a chiedersi se questo denoti l'acquisizione di una maggiore consapevolezza della trasformazione della strumentazione in atto. In effetti da una più approfondita analisi emerge che dal punto di vista cronologico e strumentale la rivista

120 Cfr. Holt, M., Muir, H., *8vo: on the outside*..., p. 86.

121 L'influenza del lavoro di Weingart scaturisce dalla formazione di Johnston e Muir, entrambi avevano frequentato i corsi della Kunstgewerbeschule di Basilea dove insegnano sia Armin Hofmann sia Weingart.

122 Cfr. Burke, M., Holt, M., Johnston, S., Muir, H., *86.1*, in "Octavo. Journal of typography", 1, 1986, p. 3.

123 Cfr. Holt, M., Muir, H., *8vo: on the outside*..., p. 86.

124 Ivi, p. 87.

125 Greiman, A., *Information texture*, in "Octavo. Journal of typography", 1, 1986, pp. 10-11.

126 Ivi, p. 10.

127 Cfr. Burke, M., Holt, M., Johnston, S., Muir, H., *90.7*, in "Octavo. Journal of typography", 7, 1990, p. 2.

Octavo attraversa con le sue caratteristiche cartotecniche e progettuali il passaggio tecnologico dalla composizione manuale a quella digitale, avvalendosi per la prima volta – nell'aprile 1990 – del personal computer nella realizzazione della medesima. Per questo motivo è possibile notare anche una sostanziale differenza della veste grafica negli ultimi tre numeri cartacei, caratterizzati da una maggiore sperimentazione ed esuberanza dettate dalle migliorie apportate negli strumenti impiegati per la sua realizzazione, a tal proposito Holt afferma che "repro was getting better, printing technology was getting better – all these things fuelled the ideas... about how the next issue could look"[128].

Tornando alle tematiche affrontate nel penultimo numero del periodico si nota fin da subito una maggiore espressività nell'uso dei caratteri e dei colori, coniugata a un forte senso di struttura dappertutto. Nello specifico tali caratteristiche emergono soprattutto nella veste grafica dell'articolo di Bridget Wilkins, *Type and image*[129], dove si mettono in dubbio le convenzioni della lettura, del layout e della leggibilità degli artefatti comunicativi contemporanei attraverso una digressione storica-temporale dello scenario inglese – dalle teorie di Tschichold passando per quelle di Eric Gill e Stanley Morison – riprendendo così uno degli argomenti di discussione predominante in diversi numeri della rivista californiana *Emigre*. La Wilkins riflette su come il concetto di leggibilità sia mutato nei secoli, identificando due differenti istanti, il primo periodo in cui la comprensione domina sull'aspetto visivo e il secondo, corrispettivo degli anni Novanta, dove predominano l'ossessione e la seduzione per le nuove possibilità tecniche della stampa introdotte dal computer. La recente attitudine muta da un lato la relazione tra il significato del contenuto e il testo-immagine, che mano a mano si sta sfilacciando e sta diventando visivamente "contaminata e inquinata"[130] da eccessive sovrapposizioni, dall'altro cambia completamente il concetto di leggibilità. Secondo la Wilkins, quest'ultima è collegata alla facilità di lettura, laddove salta il lettore definirà ciò che sta leggendo illeggibile, perciò usa come esempio di paragone il progetto grafico della rivista *Octavo*, evidenziando come i suoi fruitori non siano capaci di leggere il periodico, perché non riescono a intendere la tipografia come un'immagine a causa della mancanza di un'adeguata cultura visiva.

Per concludere l'autrice afferma che "type as image alone is meaningless unless it has an inherent interrelationship to the information it is communicating otherwise it can only be decoration"[131].

A differenza degli articoli sulla leggibilità pubblicati da *Emigre* in quello della Wilkins emerge soprattutto il fattore della responsabilità della scuola nel formare un'adeguata cultura visiva, affinché chiunque possa cogliere e comprendere le trasformazioni in atto nell'ambito del graphic design degli anni Novanta. Tale posizione si differenzia dalle riflessioni condotte nella rivista californiana, assumendo connotati quasi utopistici: in *Emigre*, come è già stato affrontato, la leggibilità è qualcosa di più articolato e complesso e dovrebbe riguardare soprattutto gli addetti ai lavori, ovvero type e graphic designer.

Invece dal punto di vista visivo si possono riscontrare delle similitudini, la restituzione grafica dell'articolo della Wilkins genera uno spazio frammentato e decostruito in cui il lettore deve "navigare" nella pagina e tra le righe di testo spezzettate per poterlo ricostruire interamente e comprenderne il significato; si viene a creare così una costante tensione visiva tra il layout della doppia pagina e il suo contenuto. Sebbene il progetto grafico non risulti compromettere la leggibilità del contributo, negli anni successivi è

128 Cfr. Thrift, J., *8vo: type*..., p. 71.

129 Wilkins, B., *Type and image*, in "Octavo. Journal of typography", 7, 1990, pp. 14-15, pp. 20-21.

130 Ivi, p. 14.

131 Ivi, p. 20.

stato fortemente contestato, non solo dai lettori, a tal punto da indurre il collettivo 8vo a giustificarsi affermando che il periodico è stato ideato quasi esclusivamente per un pubblico "visivamente alfabetizzato"[132] con l'intento di esprimere al massimo delle loro possibilità la libertà e la sperimentazione grafica, concesse anche dalla natura autoprodotta del progetto stesso.

Se finora sono state trattate le questioni emerse nei numeri cartacei di *Octavo* che iniziano a evidenziare l'impatto e l'importanza dei media digitali, i curatori arrivano a ideare l'ultimo numero della rivista in formato di cd-rom, ponendo l'accento specificatamente sul tema della multimedialità e sul futuro della comunicazione. In realtà nelle intenzioni originarie del collettivo 8vo anche il fascicolo di chiusura del periodico avrebbe dovuto essere stampato come i precedenti, ma col passare del tempo si sono sempre più interessati all'ambito del "multi-media"[133] – oggetto di grande attenzione per la comunità dei graphic designer negli anni Novanta –, allo stesso tempo preoccupati e affascinati anche dalle azzardate profezie sulla fine della carta stampata tanto in voga in quel periodo. Così i curatori decidono di compiere un passo verso la grafica interattiva, nonostante siano al corrente delle difficoltà verso le quali vanno incontro, tra le tante la problematicità di ricreare un artefatto digitale che non riporti gli aspetti visivi tipici della stampa e di progettare qualcosa *ad hoc* per il nuovo formato digitale. Infatti uno dei primi problemi con il quale si scontrano i graphic designer, avvicinatisi alla grafica multimediale, è proprio quello di non riuscire a discostarsi del tutto dalle regole e dalle dimensioni dal formato della pagina cartacea.

Sebbene siano consapevoli degli ostacoli – tra le tante la diffidenza dei loro lettori davanti a un supporto differente – il collettivo 8vo pubblica nel 1992 *Octavo* 92.8, intitolato *Multi-media or Multimediocrity?*, sotto forma di cd-rom con l'obiettivo di rivolgersi al pubblico di settore per informare sui cambiamenti in atto della comunicazione visiva e sulla ridefinizione del ruolo del graphic design nell'immediato futuro.

Partendo dagli aspetti tematici per occuparsi prima di quelli prettamente tecnici e dopo di quelli progettuali, gli editori decidono di avvalersi per i primi di alcune collaborazioni esterne tra cui la Wilkins – già presente nel settimo numero –, chiedendole di intervistare una serie di figure chiave legate al mondo dei nuovi media emergenti, per poter comprendere quali argomenti proporre e come visualizzarli. Per quanto riguarda i secondi, per ovviare alle loro carenze tecnologiche, nel frattempo i componenti del collettivo 8vo iniziano a imparare l'utilizzo del software che impiegheranno per la realizzazione di *Octavo* 92.8, ossia Macromind Director[134]. Il programma permette di creare elementi interattivi in cui è possibile avere il controllo visivo sulle interfacce dell'utente, rendendole un ambiente navigabile. Nonostante l'uso da autodidatta del programma e le ambizioni verso questo progetto multimediale, l'intenzione del collettivo 8vo resta quella di avvalersi della conoscenza sufficiente del software per poter realizzare autonomamente l'intero progetto, senza l'ausilio di altre figure professionali vicine al mondo del multimedia, come i programmatori.

Diversamente per l'aspetto progettuale la loro idea principale è voler combinare la parola parlata con la tipografia a schermo, dove quest'ultima diventa il veicolo dell'interazione, senza cadere però nell'errore di progettare secondo i vincoli e le regole della stampa. Per sopperire alle priorità individuate il collettivo 8vo sceglie di lavorare con testi

132 Cfr. Thrift, J., *8vo: type*..., p. 72.

133 Cfr. Holt, M., Muir, H., *New Media and the death of print*, in Holt, M., Muir, H., 8vo: on the outside..., p. 384.

134 Macromind Director è stato un software utile per la creazione di applicazioni multimediali. Prodotto dall'azienda MacroMind nel 1985 è stato successivamente acquistato da Macromedia nel 1993.

molto brevi – avvalendosi così della caratteristica della brevità delle titolazioni dei poster tradizionali – che dovrebbero apparire sullo schermo contemporaneamente al parlato, al fine di creare un unico flusso audiovisivo di lettura delle informazioni combinando appunto la tipografia sullo schermo e il sonoro della voce fuori campo. Per rafforzare l'interattività testuale usano l'espediente della transizione tra una schermata e un'altra a una velocità adatta esclusivamente al sistema operativo Apple degli anni Novanta. Una soluzione difficile da replicare con le medesime caratteristiche nei computer odierni, in quanto ne risulterebbe compromessa la resa visiva originale.

L'intuizione di combinare la tipografia digitale e interattiva con quella sonora viene indicata nell'articolo della rivista tedesca *Screen*[135] del 1993, come uno degli aspetti progettuali più interessanti del cd-rom *Octavo* 92.8. L'inserimento della voce rafforzativa del significato e della narrazione delle parole apparse sullo schermo, la simultaneità di video e suono che scambiano i ruoli gerarchici nella lettura e il lampeggiare degli elementi statici alla fine dei passaggi parlati ideati per richiedere l'interazione dell'utente sono le caratteristiche più innovative di questo progetto editoriale interattivo. Secondo Jürgen Siebert, autore dell'articolo del periodico tedesco, l'operazione compiuta dal collettivo 8vo nella realizzazione di un numero digitale ha innanzitutto liberato la tipografia dal passato, rendendola libera da qualsiasi riferimento storico, pittorico o metaforico della pagina stampata a tal punto da permettere all'utente di controllare il ritmo e la modalità di visualizzazione delle informazioni testuali – le lettere, i numeri e la punteggiatura –, agendo semplicemente come pulsanti per l'interazione con lo stesso fruitore.

Grazie alla pubblicazione *8vo. On the outside*, è stato possibile ricostruire una minima parte della composizione del contenuto del cd-rom *Octavo* 92.8, composto da nove sezioni caratterizzate da differenti griglie compositive che fungono da riferimento temporale fisso per la presentazione, la progressione e la stratificazione delle informazioni. In ogni sezione si visualizza un primo testo posizionato davanti alla griglia, successivamente quello che è appena pronunciato e che appare contemporaneamente sullo schermo va dietro la griglia, infine quando le frasi successive appaiono sul livello più in alto la sfocatura consente lo svolgimento di ulteriori livelli di informazione e gerarchia.

Un'ulteriore scelta progettuale dei curatori servita a rafforzare il senso di unitarietà grafica con i numeri precedenti è l'impiego per i testi di *Octavo* 92.8 del carattere Haas Unica – lo stesso utilizzato nei sette fascicoli cartacei –, utilizzato nella variante di peso bold e adattano alla versione bitmap esageratamente enfatizzata così da essere correttamente visualizzato a monitor.

Se finora sono stati illustrati gli intenti progettuali del collettivo 8vo nella realizzazione dell'ultimo numero della rivista in formato cd-rom, a questo punto è interessante capire come viene percepita questa scelta nel periodo in cui è attuata attraverso la testimonianza di alcuni critici del graphic design. Nello specifico l'articolo *Is anybody out there reading?*[136] di Poynor del 1993 definisce la scelta del collettivo 8vo come un atto coraggioso e al contempo un po' frustrante, poiché al contempo nega al periodico l'unitarietà fisica cartacea e interrompe il giusto senso della conclusione, ma nel mentre innegabilmente apre un nuovo importante argomento di discussione, soprattutto per quella minoranza di lettori in grado di aprire e leggere il contenuto del cd-rom[137]. Inoltre, sempre secondo il critico inglese, la volontà di variazione del supporto trasforma *Octavo* dall'essere una rivista di settore a un vero e proprio manifesto d'intenti, modificando così gli scopi originari dei suoi fondatori.

135 Siebert, J., *Digitales Oktavheft*, in "Screen", 1, 1993

136 Cfr. Poynor, R., *Is anybody out*..., p. 83.

137 A causa dell'obsolescenza sia dei sistemi operativi sia dei supporti utilizzati negli anni Novanta non è stato possibile visionare il contenuto dell'ultimo numero della rivista *Octavo*, di conseguenza la sua analisi risulta parziale e ricostruita tramite gli screenshoot pubblicati nelle riviste di settore citate.

Sebbene la scelta di produrre l'ultimo numero su un supporto digitale possa evidenziare la lungimiranza del collettivo 8vo verso il futuro della professione e verso i nuovi ambiti di progetto ancora sottovalutati nel 1992, effettivamente non sono stati in grado di prevedere l'obsolescenza dei sistemi operativi necessari per la codifica del materiale contenuto nel cd-rom – conseguenza predetta l'anno successivo dallo stesso Poynor nel suo articolo – che non solo avrebbe condizionato in futuro la sua fruizione, ma anche il senso di completamento della collezione della rivista stessa.

Evidentemente l'analisi dei contributi di *Octavo* sulla rivoluzione digitale, seppure poco articolati e numericamente inferiori a quelli della rivista *Emigre,* dà la possibilità di inquadrare meglio lo scenario inglese degli anni Ottanta e Novanta – spesso raccontato esclusivamente attraverso le esperienze all'avanguardia di Brody –, in cui Johnston, Holt e Muir si fanno portavoce di istanze innovative già largamente diffuse altrove e le interpretano a modo loro sfruttando differentemente la ritardata diffusione del personal computer in Gran Bretagna, dando vita così a un diverso contributo alla storia del graphic design internazionale che può essere in parte paragonato a quello delle altre realtà europee minori meno indagate.

1.3.3 *Eye: the international review of graphic* design uno sguardo maturo della trasformazione digitale (1990-1999)

L'ultima rivista di settore presa in esame per terminare l'inquadramento dello scenario internazionale del graphic design degli Ottanta e Novanta è *Eye: the international review of graphic design*, fondata nel 1990 dal critico inglese Rick Poynor – già vicedirettore del periodico britannico *Blueprint* – con l'intento di creare un luogo in cui si possono discutere gli aspetti storici e analitici del progetto grafico, fino ad allora confinati nell'ambito dell'editoria accademica e inesistenti in quella commerciale. Al fine di ottenere contributi di alta qualità e di levatura internazionale Poynor decide di avvalersi della collaborazione dei più importanti critici e studiosi del settore, e anche dei designer, provenienti sia dalla Gran Bretagna sia dagli Stati Uniti, tra i tanti Richard Hollis, Robin Kinross, Ellen Lupton, J. Abbott Miller e Julia Thrift, per la maggior parte attivi nel mondo accademico

A differenza delle altre riviste analizzate quest'ultimo periodico non solo non rispecchia le caratteristiche di un progetto editoriale autoprodotto e indipendente[138], ma affronta soprattutto le questioni legate alla trasformazione digitale con uno sguardo distaccato e più critico, condizionato dagli anni in cui è pubblicato, ossia i primi anni Novanta. Il distacco temporale di quasi un decennio dal lancio del computer ha permesso a Poynor di trattare la trasformazione ancora in atto con un atteggiamento più 'distaccato' e privo degli entusiasmi o delle reticenze di chi osservava per la prima volta la rivoluzione digitale. Lo stesso fondatore sembra usare le pagine di *Eye* per colmare un vuoto a tal punto da affermare che "the pages of *Eye* probably play out the unresolved tensions of modernism and postmodernism in graphic design"[139].

Ritornando agli argomenti dibattuti nella rivista britannica sull'avvento del

138 Dal punto di vista progettuale la veste grafica di *Eye* viene affidata al progettista Stephen Coates – art director dei primi ventisei numeri – presenta il layout dall'aspetto contemporaneo, molto pulito e con la copertina priva di indicazioni testuali, il sommario dei contenuti spesso già presente nella seconda di copertina e le doppie pagine degli articoli in cui c'è molta cura della tipografia – soprattutto nelle titolazioni – e si utilizzano immagini di forte impatto visivo.

139 Twemlow, A., *Eye (1990–)*, in AA. VV., *The Bloomsbury Encyclopedia of Design*, vol 1, London: Bloomsbury Academic, 2016, p. 498.

computer e del digitale si possono individuare tre grandi tipologie di articoli: la prima, inserita nella sezione *Reputations*, dà voce attraverso le interviste ai graphic designer contemporanei 'tecnoentusiasti', in particolare a coloro che hanno infranto le regole e hanno introdotto nuovi linguaggi visivi; la seconda dedicata alle riflessioni sulle conseguenze dell'introduzione del *Macintosh* nella professione; la terza, collocata in *Reviews*, comprende sia le recensioni delle pubblicazioni sulla trasformazione digitale e degli eventi promozionali specifici dei nuovi ambiti progettuali sia gli approfondimenti tecnici sui software dedicati alla progettazione grafica. Queste tre tipologie di contributi affrontano soprattutto l'ambito della tipografica digitale da diversi punti di vista, evidenziando come Poynor riponga una particolare attenzione al suo sviluppo e alla sua influenza nel progetto grafico, rendendola così protagonista di molti articoli della rivista *Eye*.

Partendo dall'analisi delle interviste – presenti nell'arco temporale indagato – sono pertinenti principalmente all'indagine sull'avvento del computer le testimonianze di Neville Brody[140] e di Rudy VanderLans[141] che forniscono opinioni simili sull'uso del *Macintosh* nel progetto grafico e sulla democratizzazione della tipografia digitale a partire dalle loro individuali esperienze di progettisti.

Nello specifico ciò che emerge nell'intervista di Brody è il suo modo di intendere sia il nuovo strumento digitale sia la tipografia come elementi rivoluzionari della fine del XIX secolo. Secondo Brody, l'avvento del computer ha indotto a una vera e propria rivoluzione soprattutto nell'ambito della tipografia, attribuendole nuovi significati a suo avviso modernisti e arrivando persino a coniare l'espressione "the modernism of the individual"[142], in cui l'individuo stesso avendo accesso diretto ai mezzi di comunicazione demolisce il concetto di design come 'tempio' per pochi eletti. Brody auspica non solo una democratizzazione dell'insegnamento della comunicazione visiva – intento esplicitato più volte negli obiettivi della rivista *Fuse* – ma anche la diffusione di molteplici linguaggi personali, tanti quanti i caratteri ideati individualmente da chiunque, in contrapposizione con la concezione che il graphic design debba essere anonimo e impersonale. Tale teoria conferisce al computer un ruolo centrale perché è lo strumento che permette sia di tracciare la molteplicità dei linguaggi sia di progettare i caratteri tipografici in assoluta libertà, ma affinché questo diventi attuabile, secondo Brody, i graphic designer devono smettere di utilizzare il computer in "a very rigid, pseudo-religious way"[143] e devono cercare di intendere la tecnologia come "simply a tool of communication and should be treated as organically as any other tool"[144].

Un ulteriore aspetto affrontato da Poynor nell'intervista di Brody è la sua idea di tipografia espressiva – protagonista della rivista Fuse e caratteristica formale di molte sue font digitali – in cui il type designer libera il carattere tipografico dal suo contenuto linguistico, privandolo del messaggio, e si concentra maggiormente sulla sua forma fino a renderla veicolo di emozioni. Questo non significa però spogliare il graphic design della sua essenza funzionale, bensì dimostrare l'esistenza di un altro possibile livello di interpretazione della disciplina.

140 Poynor, R., *Reputations: Neville Brody*, in "Eye", 6, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-neville-brody [19.02.2021].

141 Thrift, J., *Reputations: Rudy VanderLans*, in "Eye", 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-rudy-vanderlans [19.02.2021].

142 Cfr. Poynor, R., *Reputations: Neville Brody*...

143 Ibidem.

144 Ibidem.

Contrariamente agli argomenti emersi nell'intervista di Brody, Julia Thrift discute con VanderLans degli aspetti ideativi della rivista *Emigre*, di come essa sia veicolo di istanze visive innovative negli Stati Uniti e del ruolo avuto dal computer Macintosh nella realizzazione dello stesso periodico.

Per prima cosa VanderLans ricostruisce il primo incontro avuto con la macchina digitale nel 1984, quando l'azienda Apple in concomitanza del suo lancio avviò la pubblicazione della rivista aziendale *MacWorld* in cui l'editore stava cercando illustratori e graphic designer interessati a utilizzare il nuovo prodotto. Il progettista olandese ricorda come lui, Suzana Licko e un gruppo di creativi della zona di San Francisco aderirono all'iniziativa, iniziando così ad approcciare il nuovo strumento di progettazione. Fin da subito gli ideatori di *Emigre* si dimostrano entusiasti del computer, perché è visivamente intuitivo e dà la possibilità di lavorare direttamente con la tipografia rendendola personale, nonostante la bassa risoluzione del monitor e la resa grafica pixelata. VanderLans sottolinea in particolare le potenzialità progettuali presentatesi di fronte a loro, risorse importanti che rendono possibile la realizzazione e la produzione sia del periodico sia delle font prodotte successivamente dalla loro fonderia digitale. Pertanto per il designer olandese utilizzare il computer significa *in primis* abbattere i costi di elaborazione della rivista senza la necessità di usare la fotocomposizione e di acquistare i caratteri già esistenti, producendo da sé questi ultimi si abbassano le spese e si dà continuità al progetto editoriale indipendente. Di conseguenza per VanderLans è stato un processo naturale avviare una serie di sperimentazioni sulla composizione dei layout della rivista supportate proprio dall'innovazione tecnologica digitale. Nonostante la consapevolezza di essere un riferimento continuo per molti giovani progettisti, nella testimonianza del progettista olandese si riconoscono anche le criticità dello *status* di designer innovatori, poiché si attirano contemporaneamente le critiche dei designer più conservatori che vedono nella rivista *Emigre* una minaccia per il mondo della progettazione – con particolare riferimento alle accuse di Vignelli –. Tralasciando gli aspetti spiacevoli che derivano dall'essere 'tecnoentusiasti' e apripista di istanze visive considerate brutte da alcuni esponenti della comunità dei grafici, VanderLans sostiene che di fronte all'avanzata della tecnologia digitale non è possibile far altro che creare "your own vocabulary"[145]. Inoltre la rapida trasformazione degli strumenti digitali e i suoi miglioramenti spingono sempre più i progettisti a mettersi in gioco continuamente, costringendo la creatività a esplorare confini ancora ignoti.

Se finora sono riportate le testimonianze di due fra i maggiori protagonisti dello scenario grafico internazionale come primi contributi della rivista *Eye*, adesso si analizzano le riflessioni condotte sulle conseguenze dell'introduzione del *Macintosh* nell'ambito del graphic design. Specificatamente gli articoli esaminati trattano la variazione del concetto di leggibilità, strettamente connessa all'avvento e alla successiva evoluzione della tecnologia digitale, da diversi punti di vista. Secondo Michele-Anne Dauppe, nel contributo *Get the message?*[146] del 1991, uno degli errori commesso negli anni Ottanta dalla comunità dei progettisti e dai critici del settore è quello di aver definito il concetto di leggibilità esclusivamente attraverso una serie di criteri fissi, degli standard assoluti basati sulla ricerca ottica che definiscono le "regole" della tipografia, non tenendo conto del contesto più ampio nel quale essa si inserisce e del ruolo fondamentale della tecnologia di quegli anni. Per quanto concerne il contesto la Dauppe fa riferimento alla condizione postmoderna, in cui la sfida al funzionalismo tipografico ha condotto alla sperimentazione dei caratteri intesi più come immagine che

145 Cfr. Thrift, J., *Reputations: Rudy VanderLans*...

146 Dauppe, M.A., *Get the message?*, in "Eye", 3, 1991. Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/get-the-message [19.02.2021].

come messaggio, citando come esempio i progetti di Brody o di altri grafici britannici – Phil Baines e John Barnbrook –, che si oppongono ai dogmi ereditati dal modernismo. Senza dimenticare inoltre che la tipografia dell'ultimo ventennio del Novecento è influenzata anche da altri approcci radicali appartenenti alle teorie di diversi ambiti disciplinari, ad esempio la sociologia, complici di aver introdotto tra i tanti il concetto di flusso nei linguaggi testuali. Tale fluidità del contenuto necessita sicuramente di nuove forme visive e approcci in grado di rappresentare graficamente siffatti aspetti del messaggio che, secondo la Dauppe, bisognerebbe prendere in considerazione quando si affronta la condizione postmoderna del graphic design.
Dal punto di vista della tecnologia è necessario considerare che il computer dell'azienda Apple ha avuto un ruolo cruciale nella modifica del concetto di leggibilità, agevolando la sperimentazione tipografica e liberando le potenzialità progettuali da gabbie visive e regole. Inoltre il computer *Macintosh* da un lato consente la mescolanza dei linguaggi e dall'altro amplia la libertà di governare i processi di ideazione e produzione della tipografia, a tal punto da poter istituire "a new vocabulary for typographic design [...], free from the constraints of tradition"[147]. Sebbene le teorie della Dauppe siano valide e riconoscibili nei lavori di molti progettisti internazionali, l'atteggiamento presente soprattutto in molti Paesi europei è reazionario e in opposizione al cambiamento, perché a suo avviso la tecnologia sta distruggendo dei privilegi acquisiti e sta minacciando così l'esistenza di alcune figure professionali strettamente connesse al type design. In conclusione, secondo l'autrice, il dibattito sull'effettiva leggibilità della tipografia digitale può diventare significativo e costruttivo soltanto se a tale disciplina viene riconosciuto un ruolo all'interno degli studi culturali, attribuendole una posizione differente.

Restando nell'ambito delle reazioni contrastanti innescate dall'uso del computer, si trova una disamina dello scenario britannico nell'articolo di Michael Horsham, *I don't use a Mac but I know a man who can*[148], che individua due correnti di pensiero fra la vecchia e la nuova generazione di progettisti. Nello specifico riconosce nelle figure di Brody e Baines e negli studi grafici Why Not Associates, 8vo e Tomato i promotori del cambiamento culturale ed estetico inglese che, seppure tutti connotati da approcci ed età anagrafiche differenti, sono accomunati dall'attenzione riposta nei confronti del potenziale della tecnologia e dell'uso del computer. La nuova generazione legittima il nuovo mezzo come lo strumento in grado di rivoluzionare l'essenza stessa del graphic design, trasformandola in qualcosa di più fluida e contaminata e intendendola come uno spazio libero da esplorare a 360°. Un esempio di tale approccio, identificato da Horsham, è la tipografia di Baines composta principalmente da giustapposizioni complesse e stratificate che fanno emergere la soggettività del progettista.

Come casi opposti l'autore dell'articolo riporta invece le esperienze dei componenti della vecchia generazione, ovvero i grafici predecessori portavoce delle istanze moderniste come John McConnell dello studio Pentagram e Aziz Cami di The Partners, diffidenti soprattutto verso l'uso eccessivo del computer nel processo di produzione del graphic design e i nuovi linguaggi diffusisi in Gran Bretagna. I progettisti reazionari affermano *in primis* l'essenzialità di una grafica funzionale e 'pulita' asservita alle esigenze del cliente e secondariamente riconoscono al designer il ruolo di risolutore di problemi che si avvale del computer soltanto per elaborare più velocemente le proprie idee, compito che spesso demandano ai membri più giovani dello staff dello studio. Così facendo il computer diventa solamente uno strumento periferico nella fase progettuale e si limita a

147 Ibidem.

148 Horsham, M., *I don't use a Mac but I know a man who can*, in "Eye", 13, 1994. Disponibile online: http://www.eyemagazine.com/opinion/article/i-dont-use-a-mac-but-i-know-a-man-who-can [19.02.2021].

conferire un "techno-gloss on the idea, and the final product has no intrinsic relation to the design process"[149], evidenziando così, secondo Brody, come l'industria del graphic design britannico sia scollata con le esigenze contemporanee del mercato e si ostini a parlare un linguaggio obsoleto.

Di tutt'altra natura invece è l'articolo di Robin Kinross, *The digitale wave*[150] del 1992, che si focalizza maggiormente sull'individuazione delle aziende sviluppatrici dei primi software per la tipografia digitale – Adobe con l'ideazione del linguaggio PostScrip e Aldus Corporation per la progettazione di PageMaker – e delle fonderie digitali maggiormente influenti che hanno cambiato il modo di intendere il progetto dei caratteri. Il contributo di Kinross è un vero e proprio *excursus* temporale sullo scenario internazionale della 'digital wave' tipografica, a partire dall'esperienze statunitensi, tra cui la fonderia digitale Bitstream[151] di Matthew Carter e Mike Parker, fino ad arrivare a quelle europee, con una maggiore attenzione per le vicende olandesi di Erik van Blokland e Just van Rossum e per quella tedesca di FontShop di Spiekermann.

Oltre a tracciare l'evoluzione tecnica della tipografia digitale dagli esordi dei primi anni Ottanta fino agli inizi dei Novanta, con il suo articolo Kinross evidenzia alcune caratteristiche con cui i type designer devono confrontarsi, vale a dire progettare tenendo conto delle nuove condizioni dell'output digitale: le stesse forme devono coincidere sulle stampanti laser a bassa risoluzione e sui settaggi delle immagini ad alta risoluzione delle tipografie.

Un contributo inedito che sposta il focus del dibattito dall'ambito della tipografia digitale a quello della multimedialità è quello di William Owen, *Design in the age of digital reproduction*[152], che si interroga sul significato di multimedialità e su come questo concetto sia applicabile al mondo del design contemporaneo. La discussione affrontata nell'articolo di Owen inizia col porre l'accento sul significato della parola multimedialità – con la quale egli individua più precisamente il mezzo digitale – affermando che non è un mezzo di comunicazione, bensì uno di creazione, distribuzione e consumo, perché tutto ciò che nei primi anni Novanta viene riconosciuto come multimediale in realtà è privo di reciprocità con l'utente, limitando il suo funzionamento alle seguenti operazioni "point-and-click, read and view"[153]. La ragione di questa affermazione deriva dalla constatazione che gli editori dei cd-rom – supporto raffigurativo della comunicazione visiva del periodo analizzato – stanno riproponendo versioni riconfezionate di vecchie forme di artefatti nel format di libri elettronici e riviste interattive, cioè dei contenuti annosi in un packaging nuovo.

Secondo Owen, per superare questa attitudine sarebbe opportuno interrogarsi da un lato sul significato dell'aggettivo interattivo, che reputa differente da multimediale, e dall'altro su quale sarà il futuro del graphic design sia rispetto ai linguaggi visivi e alle modalità di fruizione del progetto sia soprattutto nei confronti dell'identità della professione di progettista. Tale quesito scaturisce dall'individuazione *in primis* delle

149 Ivi.

150 Kinross, R., *The digital wave*, in "Eye", 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/the-digital-wave [19.02.2021].

151 La fonderia Bitstream fondata nel 1981 a Cambridge, Massachusetts, è la prima fonderia a dedicarsi dall'inizio al carattere digitale. Due dei soci fondatori, Matthew Carter e Mike Parker, provengono dall'Inghilterra e i loro progetti affondano le radici nella tradizione tipografica europea.

152 Owen, M., *Design in the age of digital reproduction*, in "Eye", 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/design-in-the-age-of-digital-reproduction [19.02.2021].

153 Ibidem.

caratteristiche principali dei nuovi prodotti digitali, intesi come oggetti immateriali e privi di vincoli, in cui le proprietà di tempo, velocità, volume e luminosità sostituiscono dimensioni, peso e stile come veicoli di direzione, espressione ed enfasi. Di conseguenza, a partire da queste qualità, il graphic designer è chiamato a progettare non più oggetti fisici, ma processi e architetture di informazioni in reti di dati tridimensionali, che se da una parte offrono una grande opportunità e sfida per i progettisti, dall'altra li spingono a imparare a scrivere script e a programmare per non dipendere dalle conoscenze tecniche dei programmatori informatici, poiché negli anni Novanta la multimedialità e l'industria dei computer è ancora appannaggio dell'ingegneria.

Partendo da quest'ultimo punto Owen si auspica una ridefinizione dell'identità del progettista grafico – secondo lui è già in atto – nei processi che vedono team multidisciplinari all'interno delle realtà produttive della Silicon Valley negli Stati Uniti, riportando tra gli esempi quello di Clement Monk che all'inizio degli anni Ottanta si occupa prettamente del dipartimento di comunicazione dell'azienda Apple e che, nel decennio successivo, si è spostato nell'ambito del progetto multimediale per l'ambito medico.

Dopo la trattazione degli articoli appartenenti alle prime due categorie individuate all'inizio di questo sottoparagrafo, restano da esaminare i contributi della rivista *Eye* collocati nella sezione *Reviews*, divisi a loro volta in due macroaree: i software per la progettazione grafica; le recensioni di eventi e di pubblicazioni che affrontano tematiche legate al computer nell'ambito del graphic design.

Per quanto riguarda i software gli argomenti più dibattuti sono quelli relativi alle potenzialità del desktop publishing[154] e dei programmi relativi alla progettazione dei caratteri[155], per esempio Fontographer, e alla gestione delle immagini vettoriali e fotografiche mediante l'uso dei prodotti Adobe[156].

Sulla questione del desktop publishing emergono chiaramente i benefici attuati dal computer *Macintosh* sulla gestione autonoma della composizione tipografica mediante l'uso di programmi specifici di impaginazione – quali Aldus PageMaker prima e QuarkExpress dopo – che con l'avanzamento tecnologico hanno permesso ulteriormente sia di disporre il testo lungo una forma vettoriale sia di profilarlo all'interno di una forma irregolare. Sebbene il computer abbia facilitato la composizione tipografica ed eliminato del tutto la collaborazione con i fotocompositori, l'articolo di Wicknes sottolinea ancora una volta la reticenza da parte di alcuni progettisti che vedono nelle nuove tecnologie una minaccia per la professione e soprattutto per la qualità dei progetti, rivendicando le conoscenze semi-artigianali dei processi analogici e delle strumenti elettronici come la reprocamera. Secondo l'autore, il computer e il desktop publishing hanno la colpa di aver portato a una "*decreasing* awareness"[157] di tutto ciò che significa essere un professionista qualificato, rendendo accessibile a chiunque la professione del graphic designer.

A proposito dei programmi relativi alla progettazione dei caratteri, la rivista *Eye*, riporta soprattutto le esperienze dei promotori del rinnovamento tipografico, come l'articolo di John Barnbrook che racconta la sua personale vicenda attraverso la descrizione dell'utilizzo di tre principali software per la generazione di caratteri per *Macintosh*. Il primo è Ikarus-M, a suo avviso il meno conosciuto tra gli utenti *Macintosh*, una versione ridotta del programma usato per diversi anni dalle tipografie per la digitalizzazione delle lettere. Questo a differenza degli altri due, Fontographer e Fontstudio, è considerato il meno utile perché è "least user-friendly"[158] e non permette alcune operazioni fondamentali per la progettazione delle font, come la modifica dei contorni delle lettere e la crenatura. Inoltre entrambi gli ultimi due software offrono la possibilità di inserire le lettere disegnate a mano sul *Macintosh* scansionandole, dando così la possibilità di importare le loro forme sia tracciate con una stilo sia con la tavoletta grafica. Secondo Barnbrook, l'aspetto innovativo di questi programmi risiede proprio in questo, lavorare direttamente sul tracciato vettoriale dei contorni attraverso le curve di Bézier.

Se queste sono le tematiche affrontate nella macroarea dedicata ai software nella sezione *Reviews* della rivista *Eye*, quelle predominati nella seconda categoria individuata si dividono a loro volta in due tipologie: 1. le recensioni delle iniziative internazionali ed europee sulla tipografia digitale[159], come *Type90*, *ATypI '93* e *Fuse* (edizioni 1994-95) e la mostra del lavoro della Greiman a Bordeaux, dal titolo *April Greiman graphiste-designer/ Los Angeles*[160]; 2. gli articoli sulle pubblicazioni sia monografiche su i progettisti grafici e i periodici innovatori, tra cui il libro di Brody, *The graphic language of Neville Brody 2*[161] e *Emigre: Graphic design into the digital realm*[162] sia le raccolte, come il volume *Designers on Mac*[163].

Ciò che emerge maggiormente dai testi sugli eventi è l'attenzione rivolta esclusivamente alle iniziative legate alla tipografia, sottolineando ancora una volta l'interesse di Poynor verso questo ambito progettuale. Specificatamente nel convegno *Type90* (Oxford, 31 agosto-3 settembre 1990), organizzato da ATypI[164], si prende atto da un lato di come sia cambiato il panorama del graphic design negli ultimi tre anni a partire dal 1987 – data dell'ultimo ATypI –, in cui l'avvento dei computer e dei software aveva

154 Si vedano gli articoli: Benedek, A., *The craft of digital type*, in "Eye", 2, 1990. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-craft-of-digital-type; Wickens, B., *The desktop repro-house*, in "Eye", 4, 1991. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-desktop-repro-house

155 Si veda: Barnbrook, J., *Computer programs. Talking about my font generation*, in "Eye", 11, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/talking-about-my-font-generation.

156 Si vedano gli articoli: Wickens, B., *Photography without film: figital imaging*, in "Eye", 8, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/photography-without-film-Digital-imaging; Wickens, B., *Palette and path finders*, in "Eye", 10, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/palettes-and-path-finders; Wickens, B., *What you see is not what you get*, in "Eye", 12, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/what-you-see-is-not-what-you-get; Wickens, B., *The layers of floating image*, in "Eye", 16, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-layers-of-a-floating-image.

157 Cfr. Wickens, B., *The desktop...* Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-desktop-repro-house [21.02.2021].

158 Cfr. Barnbrook, J., *Computer programs...* Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/talking-about-my-font-generation [21.02.2021].

159 Si vedano gli articoli: Kinross, R., *Typography's new priests*, in "Eye", 1, 1990. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/typographys-new-priests; Triggs, T., *New languages and noisy texts*, in "Eye", 11, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/new-languages-and-noisy-texts; Owen, W., *Fuse's envelope comes untuck*, in "Eye", 16, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/fuses-envelope-comes-unstuck; Dauppe, M.A., *Agents of change convene in Berlin*, in "Eye", 20, 1996. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/agents-of-change-convene-in-berlin

160 Si veda: Dauppe, M.A., *Spiritual values in digital age*, in "Eye", 13, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/spiritual-values-in-a-digital-age

161 Si veda: Baines, P., *Type painting of a digital artist*, in "Eye", 14, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/type-paintings-of-a-digital-artist

162 Si veda: Poynor, R., *The magazine as laboratory bench*, in "Eye", 12, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-magazine-as-laboratory-bench

163 Si veda: Farrelly, L., *The keyboards that ate the world*, in "Eye", 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-keyboards-that-ate-the-world

164 ATypI (Association Typographique Internationale) è un forum internazionale sulla tipografia che vede coinvolti non soltanto i type designer, ma anche le aziende produttrici, che si svolge ogni tre anni. L'associazione è fondata 1897 dal Charles Peignot (1897–1983), storico direttore della fonderia parigina Deberny & Peignot.

generato uno stato di 'tecnofobia' in molti progettisti ancora scettici verso la nuova tecnologia. Dall'altro conferma l'emergere di molti giovani designer di caratteri che, secondo Spiekermann – relatore di una delle tre giornate –, rappresentano un bel numero almeno quanto "half my age"[165], tra questi sono presenti Brody, Licko e Eric van Blokland, rappresentativi non solo delle nuove tecnologie digitali, ma soprattutto di nuove istanze tipografiche.

Al contrario nella conferenza di Anversa del 1993 (24-27 settembre), organizzata sempre da ATypI, le discussioni affrontate riflettono sui molteplici approcci alla comprensione del ruolo e delle applicazioni della tipografia negli ambiti della realtà multimediale e virtuale, spaziando dalle argomentazioni più pratiche a quelle più teoriche e offrendo uno spazio laboratoriale, il TypeLab, una serie di workshop condotti dai type designer olandesi e da Brody. Nello specifico gli argomenti trattati nel forum vertono sul rapporto tra tipografia e tecnologia, sull'attitudine decostruttivista di molti progettisti e sulla leggibilità dei caratteri digitali, tematica preponderante nelle argomentazioni di quegli anni. Inoltre, secondo Teal Triggs, autrice dell'articolo, ciò che maggiormente è emerso da questo congresso è il conflitto interno all'associazione scaturito dalla necessità di mettere in discussione l'adeguatezza degli scopi e degli obiettivi di ATypI nella nuova era digitale. Type e graphic designer si trovano così davanti all'urgenza di affrontare criticamente le questioni derivanti dal cambiamento tecnologico e sono obbligati a riconoscere l'esistenza di una nuova identità professionale, i cui prodotti sono necessari nella costruzione della società e della cultura contemporanee e future. A seguito delle sue constatazioni sullo stato dell'arte emerso durante il forum Triggs conclude il suo contributo sottolineando come l'evento *ATypI '93* abbia dimostrato che molti professionisti non stiano facendo abbastanza per promuovere l'esplorazione di nuovi linguaggi visivi, laddove in parallelo i critici e gli studiosi procedono teoricamente nella giusta direzione, senza ricevere tuttavia alcun supporto dai professionisti o dal pubblico in generale per l'implementazione delle loro teorie.

Di natura differente risultano i contributi del convegno *Fuse*, evento organizzato da Brody e Jon Wozencroft corrispettivamente nel 1994 e nel 1995, dove il primo si è tenuto al Royal College of Art di Londra (23-27 novembre 1994) e il secondo a Berlino (17-19 novembre 1995). Nei due articoli relativi a entrambe le edizioni, quello di Owen su *Fuse '94*[166] e l'altro della Dauppe sull'edizione successiva del 1995[167], emerge soprattutto la convinzione promossa da David Carson negli Stati Uniti del "testo è morto"[168] e della "end of the word is nigh"[169], ma anche la necessità di utilizzare una comunicazione espressiva che vada oltre le regole tipografiche fino ad allora conosciute. In particolare, in entrambe le edizioni, Wozencroft spinge i progettisti a non aver timore di affidarsi al computer nel processo progettuale e di usarlo con un atteggiamento positivo e liberatorio con lo scopo di andare oltre alle regole consuete.

Nonostante questi due eventi risultino catalizzatori di progettisti da tutto il mondo

165 Cfr. Kinross, R., *Typography's new*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/typographys-new-priests [21.02.2021].

166 L'edizione di *Fuse '94* annovera relatori da tutto il mondo, tra cui Luc de Groot, Tobias Frere-Jones, Jeffery Keedy, Erik van Blokland, Just van Rossum e Rick Vermeulen.

167 L'edizione di *Fuse '95* prevede un ricco programma con 24 relatori, tra cui David Carson, David Crow, Paul Elliman, Tobias Frere-Jones, Jeffery Keedy, Max Kisman, il collettivo tedesco Moniteurs, Erik Spiekermann, Teal Triggs, Rick Valicenti, Erik van Blokland, Just van Rossum e Gerard Unger.

168 Cfr. Owen, W., *Fuse's envelope*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/fuses-envelope-comes-unstuck [21.02.2021].

169 Ibidem.

– come testimoniano anche i grafici italiani Alessio Leonardi, Alessandro Jumbo Manfredini e Fabrizio Schiavi[170] – e utili alla diffusione e allo scambio di opinioni sulla tipografia digitale, stimolando il dibattito e il pensiero della progettualità, sia Owen che la Dauppe concordano nell'essere perplessi sulla validità teorica delle istanze portate avanti da un lato dagli ideatori della rivista *Fuse* e dall'altro dai vari relatori che si sono succeduti in entrambe le edizioni. Ciò che è emerso chiaramente è uno scollamento tra i nuovi indirizzi della professione e l'individuazione di un pensiero critico sui cambiamenti, ovvero una discrepanza tra la pratica e la teoria.

Un ulteriore contributo che aiuta a comprendere meglio il panorama del graphic design europeo negli anni Novanta è la recensione della mostra dedicata ai lavori della Greiman, svolta all'Arc en Reve Centre d'Architecture di Bordeaux (3 marzo-22 maggio 1994) dal titolo *April Greiman graphiste-designer/Los Angeles*. Il testo della Dauppe consacra ancora una volta la Greiman come la "Queen of the Mac"[171], indicandola come una delle poche donne ad aver raggiunto uno status internazionale attraverso il suo uso pionieristico delle nuove tecniche digitali negli anni Ottanta.

L'autrice riconosce alla progettista statunitense il merito di aver sviluppato un approccio grafico che chiamò "immaginario ibrido" mediante la combinazione di elementi prodotti con diversi media, i quali spaziano dal video alla primissima grafica vettoriale alla fotografia modificata al computer: una pratica, secondo la Dauppe, oramai consolidata negli anni Novanta.

La mostra è la retrospettiva europea più completa del lavoro della Greiman e affronta con espedienti allestitivi interessanti la problematica di mettere in scena progetti grafici digitali, attraverso la scelta dell'uso degli oggetti stampati anziché le workstation *Macintosh* come supporti principali. L'allestimento comprende ogni singolo progetto stampato e appeso tra grandi fogli di perspex disposti uno dietro l'altro lungo le sei stanze della galleria, dando all'esposizione una sensazione di stratificazione e tridimensionalità. Inoltre contribuisce a trasportare il visitatore nel mondo della progettista svelando l'intero processo progettuale della Greiman attraverso la presenza e l'alternanza delle prove di stampa e dei bozzetti stampati con le prime stampanti laser con gli artefatti definitivi.

Passando invece ai contributi sulle pubblicazioni menzionate precedentemente, ovvero il volume *Designers on Mac* di Diane Burns (1992)[172] – che sarà affrontato in modo approfondito nel paragrafo successivo –, quello di Wozencroft, *The graphic language of Neville Brody 2* (1994)[173] e la monografia sulla rivista *Emigre*[174], notiamo che nel primo emerge la volontà di fare il punto della situazione a livello internazionale a distanza di otto anni dall'avvento del computer attraverso le testimonianze di molti progettisti innovatori e di capire com'è cambiata la professione, seppure, secondo l'autrice dell'articolo di *Eye* Liz Farrelly, il libro raschia soltanto la superficie di una questione

170 Si vedano le interviste dell'autrice: Alessio Leonardi, via Skype 11.03.2020; Alessandro Jumbo Manfredini, Venezia 27.07.2019; Fabrizio Schiavi, Milano 31.07.2020.

171 Cfr. Dauppe, M.A., *Spiritual*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/spiritual-values-in-a-digital-age [21.02.2021].

172 Burns, D., *Designers on Mac*, Tokyo: Graphic-sha Pubblishing, 1992.

173 Wozencroft, J., *The graphic language of Neville Brody 2*, London: Thames&Hudson, 1994.

174 Licko, S., VanderLans, R., *Emigre: graphic design in the digital realm*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.

molto più complessa e variegata[175].

Per quanto riguarda la pubblicazione su Brody, la recensione di Baines è molto critica soprattutto riguardo a due questioni, l'una di natura teorica che accusa il lavoro del progettista britannico di essere privo di fondamenti chiari, l'altra relativa all'aspetto progettuale del libro stesso. Partendo da quest'ultimo punto, secondo Baines, uno degli errori commessi nella progettazione editoriale del volume è la mancanza di corrispondenza visiva tra contenuto e veste grafica. Se l'uso del computer *Macintosh* ha reso possibile ogni sorta di esplorazione, decostruzione e astrazione nel campo della tipografia a schermo, di contro non sono state fatte scelte significative e dettagliate per la tipografia utilizzata né per il testo corrente né per la gerarchia delle informazioni. Inoltre sembra che il progetto editoriale articoli il contenuto in modo superficiale, non differenziando in alcuna maniera i saggi che forniscono un contesto da quelli che sono spiegazione diretta, fino a non distinguere chiaramente le bozze di progetto dai definitivi.

Invece, dal punto di vista teorico, l'articolo di Baines riporta le perplessità dell'autore rispetto all'eccessiva e cieca devozione di Brody alle nuove tecnologie, partendo dalla teoria che se il computer è il nuovo mezzo con il quale è possibile generare immagini e/o caratteri alternativi e sperimentali e poi l'output avviene sempre su supporto cartaceo tramite l'inchiostro e la carta, forse bisognerebbe considerarlo come un mero strumento tale e quale alla matita o ai pennarelli. Quindi per Baines non dovrebbe essere rilevante lo strumento, ma l'efficacia dell'artefatto finito.

L'ultima recensione della rivista *Eye* affrontata in questo sottoparagrafo riguarda la recensione di Poynor[176] riguardante la pubblicazione di Licko e VanderLans, *Emigre: graphic design in the digital realm* (1993), pubblicata dopo nove anni dall'istituzione della medesima. Questo libro ripercorre cronologicamente il percorso dagli esordi, come magazine autoprodotto e indirizzato esclusivamente ai progettisti immigrati negli Stati Uniti, alla trasformazione in un volume considerato fonte di ispirazione e riflessioni dall'intera comunità internazionale del graphic design, a tal punto da fornire uno sguardo attento sull'avvento del computer e le sueinfluenze nell'ambito progettuale. Per queste ragioni Poynor definisce *Emigre* un documento essenziale per i ricercatori del futuro, a fronte della peculiarità di aver affrontato tematiche inedite relative agli anni Ottanta e Novanta.

Inoltre, secondo il critico britannico, una delle maggiori mancanze è quella di aver raccontato la vicenda attraverso l'io narrante dei fondatori, senza lasciare spazio a un'analisi critica che avrebbe contribuito a trattare nel dettaglio diversi argomenti non adeguatamente affrontati dalla Licko e VanderLans. Infatti Poynor riconosce nelle pagine del libro un approfondimento esaustivo del background dei designer, dell'atteggiamento entusiasta verso il *Macintosh*, dei primi giorni della rivista e dei progetti editoriali derivati da questa esperienza editoriale, ma lamenta quanto poco sia trattato lo sviluppo di *Emigre* come caposaldo del graphic design di quegli anni.

Con questo ultimo contributo si possono tirare le somme dell'apporto dato dalla rivista britannica *Eye* nell'inquadramento dello scenario internazionale del graphic design tra gli anni Ottanta e Novanta, comprendendo come alcune questioni sull'avvento del computer siano state più dibattute rispetto ad altre, per esempio la questione della leggibilità della nuova tipografia espressiva digitale, e come Poynor abbia indagato maggiormente lo scenario inglese seppure gli intenti iniziali sono quelli di dare un respiro internazionale. Un ulteriore aspetto che si evince dall'analisi di *Eye* è da un lato la predominanza di Brody e delle sue teorie, come figura rappresentativa degli anni Novanta,

175 Cfr. Farrelly, L., *The keyboards*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-keyboards-that-ate-the-world [21.02.2021].

176 Poynor, R., *The magazine*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-magazine-as-laboratory-bench [21.02.2021].

dall'altro l'individuazione della realtà inglese restia in parte a farsi permeare dalle nuove istanze visive digitali, condizione che la storiografia attuale tende ad attribuire soprattutto alle aree geografiche secondarie del graphic design, come quelle meridionali europee.

1.4 La rivoluzione digitale e il movimento della New Wave grafica nell'editoria libraria internazionale

Per definire ulteriormente qual è lo scenario del graphic design internazionale degli anni Ottanta e Novanta e quali sono le teorie sviluppatesi e i movimenti individuati dagli storici e dai critici negli ultimi trent'anni è necessario prendere in esame le pubblicazioni nelle quali viene affrontata – in maniera esclusiva o sotto altri temi – la rivoluzione digitale. Quest'ultima, come si è evinto finora, è indagata soprattutto nella produzione editoriale di lingua inglese, fornendo un punto di vista indirizzato maggiormente gli accadimenti delle aree geografiche anglofone.

Ciò che si denota fin da subito è che i manuali o le grandi opere di ricognizione affrontano l'avvento del computer e le sue conseguenze sulla professione in modo sintetico e spesso sommario, atteggiamento adottato anche in alcune monografie dei progettisti più innovatori.

Partendo dal panorama delle pubblicazioni dedicate alle ricostruzioni storiche, nel libro di Richard Hollis *Graphic design, a concise history* – l'edizione del 2001[177] –, si affronta la tematica dell'avvento del digitale accostandolo ad alcune categorie del postmodernismo, in particolare alle istanze visive del movimento della New Wave diffusasi soprattutto negli Stati Uniti e in Inghilterra. Ne risulta così che questa interpretazione sia la più diffusa e ciò appare evidente soprattutto nel noto libro di Rick Poynor *No more rules: graphic design and postmodernism* del 2003. Il critico inglese affronta la ricostruzione del dibattito critico, fervido e ampio, avvenuto in quegli anni non da un punto di vista storiografico, ma bensì fornisce una panoramica su quali sono gli approcci dei singoli graphic designer, individuando i principali protagonisti degli anni dell'avvento e dell'assimilazione della tecnologia digitale.[178] Così facendo, emerge una chiave di lettura che tiene conto soprattutto delle dinamiche culturali dell'epoca, tralasciando il processo di ristrutturazione che si stava diffondendo all'interno di tutto il sistema sia progettuale che produttivo.

Altro aspetto importante del volume di Poynor sono le parole chiave che decide di utilizzare per articolare e suddividere la narrazione, definendo con le medesime le caratteristiche delle possibili categorie identificative del periodo analizzato: decostruzione; appropriazione; tecnologia; autorialità; opposizione. All'interno di questi sei sostantivi identificati colloca sia i movimenti sia i progettisti grafici che si sono avvicendati per circa quindici anni nell'ambito del progetto grafico dagli esordi del computer fino alla completa assimilazione delle strumentazione digitale nella professione.

Ritornando brevemente all'approccio narrativo di Hollis emerge chiaramente come

177 Hollis, R., *Graphic design, a concise history,* London: Thames&Hudson, seconda edizione, 2001.

178 Scrive Rick Poynor: "No More Rules has its starting point in a close engagement with graphic design of the postmodernism era that began, for me, in the early 80's. It deals with the recent events in design history, but it is not a history as such. It doesn't set out to argue that there shouldn't be any more rules in graphic design, only that during this period many designers, including some influential one, have proceeded as though this were the case. Contemplating the mass material and reviewing how it has been treated in other accounts, often by individual designer and by stylistic tendency, it seemed most useful to identify some key themes in design's rule-defying relationship with postmodernism – origins, deconstruction, appropriation, technology, authorship and opposition – and organize the book on this basis." Cit. Poynor, R., *No more rules. Graphic design and postmodernism*, New Haven, CT: Yale University Press, 2003, p. 6.

nella sua ricostruzione cronologica degli anni Ottanta e Novanta si soffermi con maggiore attenzione sulla proliferazione dei caratteri e delle fonderie digitali come fenomeno consecutivo della diffusione della nuova strumentazione tecnologica e non aggiunge molto altro su quegli anni.

Persino nelle edizioni ampliate e più recenti dei testi di Philip B. Meggs e Anthony Purvis e di Stephen J. Eskilson[179] il capitolo relativo all'avvento del digitale e alla sua fase successiva è trattato in modo frammentario, mettendo in luce maggiormente i nuovi ambiti progettuali che si vengono a formare, e includendo ulteriori approfondimenti sul graphic design contemporaneo inteso come 'The digital aestethic'[180], che include i campi sia del web design che della motion graphic. Seppure entrambi i libri adottino una simile modalità narrativa esiste una differenza sostanziale, in particolare Meggs approfondisce di più la ricostruzione degli esiti della rivoluzione digitale, restituendo una ricostruzione più dettagliata e comprensiva di alcuni aspetti tecnici spesso ignorati in altri volumi. Infatti inizia il capitolo *The digital revolution – and beyond* a partire dalle origini del personal computer e dell'interfaccia grafica progettata dalla Kare, includendo però anche i dettagli più tecnici, per esempio l'evoluzione del linguaggio PostScript e la breve descrizione di ulteriori strumenti digitali adoperati nella produzione video, come il Quantel Video e il Paintbox[181].

Difatti in questa edizione ampliata del 2006 Meggs e Purvis sono i primi autori a inserire, seppur brevemente, le questioni tecnologiche nella trattazione storiografica proseguendo la sua indagine prima con l'individuazione dei pionieri del graphic design digitale, tra cui i ben noti statunitensi Greiman, Licko e VanderLans, poi con una parte dedicata alle conseguenze del desktop publishing impiegato nell'ambito editoriale, in cui dedica ampio spazio al lavoro di David Carson, e infine affronta più approfonditamente la questione della tipografia e delle fonderie digitali a partire dai primi tipi bitmap degli anni Ottanta fino ad arrivare ai giorni d'oggi.

Nello specifico l'*excursus* storico della tipografia digitale presentato da Meggs e Purvis individua due precisi e differenti fasi del suo sviluppo, la prima in cui fa la sua comparsa nel panorama del graphic design introducendo una serie di caratteristiche formali riconducibili all'estetica del bitmap, la seconda rappresentativa di un momento più maturo che vede la diffusione delle fonderie digitali e della ricerca di nuove forme tipografiche ben definite e maggiormente espressive. Per quanto riguarda il primo momento l'estetica bitmap, dovuta sia alla bassa risoluzione dei monitor sia alle limitazioni dei primi sistemi operativi, si diffonde non solo nell'ambito del type design, ma viene adottata proprio come espressione identificativa della grafica di questo periodo, costituendo quella che i critici, gli storici e i progettisti identificano come estetica del computer[182]. Come si vedrà successivamente questa nuova estetica non è soltanto connotata dall'uso di caratteri dai contorni pixelati, ma è una mescolanza di livelli e linguaggi provenienti da differenti ambiti, come quello del video.

179 Il riferimento è relativo ai seguenti testi: Eskilson, S.,*Contemporary graphic design*, in Eskilson, S., *Graphic design: a new history*, New Haven, CT: Yale Press University, seconda edizione, 2012, pp. 370-431; Meggs, P. B., Purvis, A. W., *The digital revolution – and beyond*, in Meggs, P. B., Purvis, A. W., *Meggs' History of graphic design*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc, quarta edizione, 2006, pp. 571-619.

180 Cfr. Eskilson, S., p. 391.

181 Si veda: Meggs, P. B., Purvis, A. W., *The origins of computers-aided graphic design*, in Meggs, P. B., Purvis, A. W., *Meggs' History of graphic*..., pp. 531-533.

182 Si vedano: Licko, Z., VanderLans, R., *The new primitives*, in "I.D.", 2, marzo-aprile 1988, pp. 58-61; Poynor, R., *No more rules. Graphic*..., p. 97; Eskilson, S., *Contemporary graphic design*, in Eskilson, S., *Graphic design: a new history*, New Haven, CT: Yale Press University, seconda edizione, 2012, p. 391.

Per concludere le riflessioni sul capitolo di Meggs e Purvis dedicato alla rivoluzione digitale bisogna inoltre riconoscere all'autore il pregio di non avere concluso la ricostruzione storica in concomitanza con la fine degli anni Novanta, ma di essersi spinto oltre offrendo un'attenta indagine sul contemporaneo e introducendo, come anticipato precedentemente, nuovi ambiti progettuali legati alla multimedialità e all'interaction design.

Quindi tirando le somme sugli esiti della rivoluzione digitale nelle pubblicazioni storiografiche menzionate finora ciò che emerge soprattutto è il riconoscimento a livello internazionale di alcuni progettisti e certe realtà progettuali – Greiman, Carson, Brody, gli ideatori di *Emigre* e la Cranbook Academy of Art – corrispettivamente come i pionieri e i luoghi dell'innovazione e della sperimentazione, trasformandoli di conseguenza nei nuovi eroi del mondo del graphic design.

La maggior parte degli storici e dei critici concordano nell'affermare che i progetti di tali progettisti generati al computer producono una ricchezza di idee stimolanti in modo univoco e di nuovi modi di vedere, dove le possibilità offerte dall'uso del computer trovano il favore non solo della nuova avanguardia e dei suoi protagonisti, ma diventano anche rapidamente parte del linguaggio visivo contemporaneo in generale. A seguire il successo onnicomprensivo di Internet, che inizia a diffondersi a partire dalla metà dell'ultimo decennio del secolo scorso, e la svolta nel mercato di massa dei computer domestici, portano a progressi tecnologici avanzati che spingono a un'ulteriore riorganizzazione della disciplina del graphic design.

Un aspetto aggiuntivo che emerge da questa disamina è l'identificazione di un movimento specifico dentro il quale molti storici fanno confluire alcuni dei protagonisti della grafica digitale, ossia la New Wave grafica, riferendosi soprattutto al nuovo approccio tipografico utilizzato in opposizione alle regole di composizione moderniste imperanti fino ad allora. Anche se a ben guardare, secondo Eskilson, questa locuzione nel contesto della storia del graphic design ha una doppia valenza ed è usato sia come sinonimo di postmodernismo sia come riferimento a un genere specifico della cultura musicale punk più 'morbido' e commercializzato, divenuto popolare negli anni Settanta in Inghilterra[183] – quest'ultima accezione soprattutto nello scenario europeo ha allineato la grafica con fenomeni culturali più ampi che includevano la musica, la moda e l'interior design –. In effetti anche nel volume di Poynor si ritrova la distinzione del significato di New Wave a seconda del riferimento geografico, laddove per i critici statunitensi si identifica per l'appunto l'approccio postmodernista di alcuni progettisti, in Inghilterra i graphic design non accettano volentieri di essere etichettati come tali, perché è un termine appartenente all'ambito musicale[184].

In ogni caso i graphic designer protagonisti di questo periodo storico, come Brody, Greiman e molti altri provenienti in particolare dall'area californiana, vengono identificati come esponenti della New Wave per le peculiarità compositive dei loro progetti.

Riprendendo la discussione su come è interpretata la rivoluzione digitale nei manuali storiografici è evidente la mancanza o l'incapacità da un lato di raccontare il contributo delle tecnologie della progettazione grafica all'evoluzione della professione, evidenziando integrazioni, divergenze, convivenze e sperimentazioni, dall'altro di prendere in considerazione anche le realtà geografiche minori – di solito ignorate dalla storiografia ufficiale – e di indagare gli effetti del computer attraverso altri punti di vista. Forse in questo risultano più esaustivi i contributi forniti dalle riviste di settore, capaci di dare voce a protagonisti 'secondari', come nel caso della rivista *Emigre* che ospita i contributi dei

183 Cfr. Eskilson, S., *Contemporary*..., p. 391.

184 Cfr. Poynor, R., *No more*..., pp. 32-33. Sull'uso del termine New Wave in relazione ai graphic designer inglesi si veda: McDermott, C., *Strett style: british design in the 80s*, London: Design Council, 1987, pp. 55-88.

progettisti grafici italiani, francesi, giapponesi, eccetera.

Nel panorama internazionale dell'editoria di settore in concomitanza dei manuali di storia si fanno spazio anche altre pubblicazioni, sostenute dal crescente interesse verso la disciplina a cui si assiste a partire dalla metà degli anni Ottanta. Giornalisti, critici e progettisti iniziano a occuparsi di graphic design dal punto di vista teorico, ridefinendone in parte l'identità e i suoi processi, ne è un esempio il lavoro condotto dallo studio Design/Writing/Research di Lupton e Abbott Miller.

In genere si tratta di monografie e raccolte di vario genere che diffondono la fama dei pionieri della rivoluzione digitale, per esempio quelle dedicate alle figure di Brody, Greiman e Carson oppure il volume *Designers on Mac*[185], e che cercano di affrontare le conseguenze dell'avvento del computer proponendo differenti chiavi di lettura.

Ad esempio, le monografie della Greiman mettono in luce non solo le caratteristiche formali dei suoi progetti che le sono valse l'etichetta di esponente della New Wave statunitense, ma anche la sua metodologia progettuale profondamente influenzata e potenziata dalla nuova strumentazione digitale. Specificatamente quest'ultima è discussa nel suo libro *Hybrid imagery: the fusion of technology and graphic design*[186] del 1990 dove enfatizza l'uso di materiale visivo già pronto, memorizzato sul computer o sulla videocassetta, per essere successivamente utilizzato più volte e rielaborato. La Greiman nel suo *modus operandi* spesso fa affidamento alla casualità della composizione degli elementi grafici e valorizza con diversi espedienti l'estetica bitmap del testo e delle immagini, effetto della bassa risoluzione dello schermo del computer, fino a riconoscere nei suoi progetti l'uso della stratificazione delle immagini alternate con la tipografia. Inoltre sarà lei a coniare il termine 'Hybrid imagery', già utilizzato come titolo della sua monografia, per identificare meglio il suo linguaggio visivo, composto da una sovrapposizione di segni e modalità di visione – nominato "layering process"[187] –, in cui si mescolano, grazie al computer, tipografia e immagini su diversi livelli di lettura frammentati e al contempo legati da un'idea di narrazione unitaria, che crea una tridimensionalità nella bidimensionalità della carta stampata e dà vita a un nuovo scenario del progetto grafico.

La capacità di manipolare il nuovo strumento a suo piacimento e piegarlo al suo estro creativo-progettuale la identifica come l'unica progettista donna a considerare "il computer è soltanto un'altra matita"[188], ed è proprio grazie al suo atteggiamento così aperto verso la strumentazione digitale che la sua bravura verrà riconosciuta a livello internazionale – il designer italiano Roberto Barazzuol la reputa la "Laurie Anderson del graphic design"[189] –.

Infine fornire un punto di vista soggettivo sulle trasformazioni accadute con l'avvento del computer dà la possibilità di cogliere aspetti inediti e inesplorati dagli storici e dai critici, fornendo *in primis* la personale visione del graphic design, ad esempio la progettista californiana afferma: «Design must seduce, shape, and perhaps more importantly, evoke emotional response»[190]. In questa direzione, la Greiman impiega abbondantemente la tecnologia digitale, cercando di procedere verso la definizione di nuove forme di

185 Si veda la nota n. 172.

186 Greiman, A., *Hybrid imagery: the fusion of technology and graphic design*, London: Architecture design and technology press, 1990.

187 Ivi, p. 13.

188 Ivi, p. 55.

189 Cit. Intervista dell'autrice a Roberto Barazzuol, Udine 20.05.2019, p. 379.

190 Cit. Greiman, A., *Hybrid*..., p. 45

comunicazione che possono essere considerate propriamente ibride.

Un'altra monografia che prova a restituire l'esperienza di avvicinamento alla strumentazione digitale è il volume *The graphic language of Neville Brody 2*[191], in cui si propone di raccontare la storia degli ultimi sei anni dalla fondazione dello studio avvenuta nel 1987 – anno identificato da Wozencroft come inizio maldestro di Brody all'uso del computer attraverso il disegno dei primi caratteri bitmap e la poca dimestichezza con il programma FreeHand[192] – fino ad articolare la sua teoria di tipografia fluida ed espressiva potenziata attraverso l'uso di PhotoShop. L'uso del computer ha influenzato non solo il processo di ideazione e realizzazione dei suoi lavori, ma persino il suo pensiero, diventando uno dei pochi portavoce britannici favorevoli all'impiego della strumentazione digitale. In particolare la testimonianza di Brody evidenzia ancora una volta come il *Macintosh* abbia da un lato ampliato le possibilità di esplorare e spingere ai limiti della leggibilità la tipografia, e dall'altro accelerato e intensificato i processi della progettazione.

Nella monografia del progettista britannico emerge inoltre la ritrosia di molti suoi colleghi nell'utilizzo del computer, affermando "understanding how to use the *Macintosh* was a slow struggle"[193] e accennando, seppure brevemente, ad una realtà inglese un po' reazionaria contrariamente a quanto riportato nelle opere di ricognizione storica.

Sebbene il volume di Brody introduca alcuni aspetti di natura tecnica alla trattazione della rivoluzione digitale, non sono sufficienti a comprendere approfonditamente il profondo cambiamento della professione.

Uno spaccato del tutto differente si trova nel libro *Designers on Mac* di Diane Burns in collaborazione con il progettista giapponese Takenobu Igarashi[194], promotore di questo progetto editoriale, che si prefigge lo scopo di indagare l'avvento del computer a distanza di otto anni dalla sua comparsa nel mondo del graphic design attraverso le testimonianze dei nove progettisti[195] più innovativi nel panorama internazionale, con il fine di dimostrare quanto impattanti sono state le influenze sulla professione e quali i vantaggi acquisiti dall'ambito della progettazione grafica, primo tra i tanti la possibilità di gestire l'intero processo autonomamente.

L'autrice organizza la trattazione dell'argomento utilizzando la modalità dell'intervista e ponendo a tutti le medesime domande, tra le più frequenti: "How, when and where did you first encounter a Mac?"; "How is the Mac used in your office?" e "How should design students be introduced to the Mac?", con l'intento di far emergere la progressione nell'utilizzo della nuova strumentazione, passando da principianti a esperti del *Macintosh*.

L'aspetto più interessante di questo volume è fornito da ogni singolo capitolo, in cui

191 Si veda la nota n. 173.

192 Cfr. Wozencroft, J., *The graphic*..., pp. 10-11.

193 Ivi, p.12.

194 Takenobu Igarashi (1944, Takikawa, JAP) è un progettista giapponese, molto attivo negli Stati Uniti negli anni Ottanta, periodo in cui oltre a essere impegnato a costituire la facoltà di design alla Tama Art University in Giappone, decide di introdurre per la prima volta il computer nel programma di formazione universitaria. Nel 1984 Igarashi ottiene un prestito quinquennale per acquistare tre computer Macintosh per sperimentare effetti ottenibili solo con questo nuovo strumento di progettazione. Si veda: Riechers, A., *Takenobu Igarashi pushed the parameters of typography with his hand drawn 3D letterforms*, in "Aiga Eye of design", 14.10.2020, in https://eyeondesign.aiga.org/in-the-1970s-takenobu-igarashi-pushed-the-parameters-of-typography-with-his-hand-drawn-3d-letterforms/

195 I progettisti coinvolti nella pubblicazione sono: Neville Brody, Emigre Graphics, Susumo Edu, April Greiman, Kazuo Kawasaki, Javier Mariscal, Yukimasa Okumura, Erik Spiekermann e Why Not Associates.

si mostrano le fasi passo dopo passo di un progetto grafico realizzato col *Macintosh* da ciascun graphic designer, fornendo al lettore persino sia le informazioni sul software e sull'hardware utilizzato, sia su come le immagini vengono acquisite digitalmente, manipolate, combinate e stampate: brevemente mette in luce "the nuts and the bolts"[196] del processo di progettazione.

Inoltre il libro della Burns dimostra che se gli stessi strumenti digitali vengono utilizzati da persone esperte nelle stesse tecniche, il loro output finale non è semplicemente il risultato della tecnologia comune, bensì dei diversi background culturali ed economici in cui essi lavorano. Quindi, in questo modo, la pubblicazione invece di esaltare semplicemente le virtù della tecnologia digitale, punta a verità più profonde sulle varie componenti del design e sulla natura della creatività.

Un ulteriori aspetto che mette d'accordo i nove graphic designer è quanto il computer velocizzi e cambi la modalità di lavorare, da un lato restituendo la completa autonomia al progettista nella gestione del progetto dalla fase ideativa alla produzione finale, dall'altro accorciando i tempi di realizzazione dei lavori. Su quest'ultimo punto Spiekermann lamenta come la velocizzazione delle tempistiche stia condizionando negativamente la percezione dei clienti, ossia come una riduzione dei tempi venga interpretata come una conseguente riduzione dei costi di progettazione[197]. Inoltre l'eliminazione di alcune figure professionali, come i fotocompositori, carica di altre responsabilità il designer, laddove non si hanno sufficienti conoscenze di tipografia, questa nuova responsabilità potrebbe produrre un alto margine di errore che prima non era contemplato. Quindi sarebbe opportuno avere conoscenze più specifiche per ovviare a queste problematicità.

Addirittura Spiekermann teme che la diffusione dei computer all'interno dei corsi di design possa formare una generazione di progettisti analfabeti visivamente, capaci di utilizzare speditamente le nuove strumentazioni digitali, ma ignoranti rispetto a un sapere secolare fatto di regole e conoscenze precise soprattutto nell'ambito della tipografia[198].

Sebbene si riconoscano anche gli aspetti negativi del computer, ciò che resta indiscutibile da parte di tutte le testimonianze è quanto questa macchina abbia un forte e profondo impatto nella disciplina del graphic design, modificando tutti gli aspetti della professione e non soltanto i linguaggi visivi.

Quindi, sebbene il contributo del libro *Designers on Mac* restituisca un ulteriore punto vista, quasi più intimo visto che sbircia all'interno delle dinamiche dei più importanti studi di grafica e affronta componenti legati soprattutto ai processi di ideazione e produzione dei progetti, non è sufficientemente esaustivo nell'indagine dei cambiamenti della rivoluzione digitale.

Sicuramente aggiunge un altro tassello alla ricostruzione delle vicende degli anni Ottanta e Novanta contribuendo a considerare questi due decenni come ancora poco esplorati.

A questo punto restano da individuare quali sono gli elementi che costituiscono i nuovi linguaggi visivi introdotti dal personal computer e assimilabili alla New Wave grafica, in quali ambiti progettuali vengono impiegati maggiormente e quali declinazioni assumono nelle diverse realtà nazionali.

196 Cfr. Farrelly, L., *The keyboards*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-keyboards-that-ate-the-world [21.02.2021].

197 Cfr. Burns, D., *Designers*..., p. 171-172.

198 Ivi, p. 172.

1.5 Elementi costitutivi del nuovo linguaggio

Negli anni Ottanta e Novanta la diffusione a livello internazionale delle nuove istanze visive introdotte dal computer e dal movimento grafico della New Wave si deduce dall'assimilazione di approcci progettuali e linguaggi simili in tutto il mondo. Questo fenomeno di propagazione, che spesso porta con sé la paura dell'omologazione degli stili e dei progetti – una paura del tutto infondata come si è già appurato nei paragrafi precedenti –, avviene da una parte attraverso la costruzione di geografie relazionali a livello mondiale con l'organizzazione di eventi e mostre e dall'altra mediante la presenza dei progettisti più innovatori nelle riviste e nei volumi di settore.

A questo punto è necessario individuare quali sono gli elementi costitutivi del nuovo linguaggio e approccio che si pongono "come superamento antagonistico alla formalizzazione dei contenuti della grafica razionale"[199] e sistematica dell'*International Typographic Style* – erede del modernismo prebellico –, che ingabbia la grafica in una forma codificata nel tempo e dall'aspetto indistinto, atteggiamento predominante fino agli inizi degli anni Ottanta. Inoltre l'individuazione dei nuovi linguaggi è utile per costituire delle categorie di lettura per analizzare i progetti prodotti in tale periodo.

Come afferma Poynor nel volume *No more rules*, una delle problematiche che si riscontra maggiormente nel definire quali sono gli elementi dei nuovi approcci degli ultimi due decenni del Novecento deriva dal fatto che diversi critici fanno combaciare la fine del postmodernismo e i suoi stilemi visivi con l'inizio degli anni Novanta, senza considerare che questa discussione non può essere affrontata solo in termini di individuazione di un'estetica comune, ma che debba comprendere anche ulteriori fattori culturali che in un certo senso intensificano addirittura l'uso e la diffusione di certe espressioni grafiche anche oltre il 1990[200].

Prima di proseguire però è fondamentale ricordare che l'avvento del computer modifica in momenti distinti le due unità essenziali del graphic design, ossia la tipografia e le immagini, quindi è utile identificare per prime le innovazioni linguistiche dal punto di vista tipografico e successivamente da quello delle immagini, tendendo conto infine di come queste due vengano composte assieme nella restituzione sui diversi supporti sia cartacei sia a schermo.

Partendo dalla tipografia è utile effettuare un'ulteriore distinzione tra quella prodotta e utilizzata precedentemente dall'introduzione del linguaggio PostScript e dall'immissione nel mercato nel 1990 del *Macintosh LC II* – costituito dal monitor a colori e dalla risoluzione più avanzata rispetto ai modelli precedenti – e l'altra prodotta negli anni Novanta. Quindi facendo riferimento alla tipografia digitale dei primi anni Ottanta, le cui caratteristiche formali sono strettamente connesse al sistema binario con il quale funziona lo schermo del computer – uno schema di bit/pixel attivati e disattivati dal sistema operativo e disposti su una griglia rettilinea –, il primo elemento costitutivo del nuovo linguaggio è il carattere bitmap.

Utilizzando le parole di Matthew Carter l'aspetto di "these granulated characters, called 'bitmaps', look like crossword puzzles in which the black squares make recognizable shapes"[201], e secondo la sua decennale esperienza di type designer più è definita

199 Cfr. Piazza, M., *Effetti speciali. Progetto grafico: il tempo, l'informatica, la lettura*, in "Stileindustria", 5, marzo, 1996, p. 55.

200 Cfr. Poynor, *No more*..., pp. 18-19.

201 Carter, M., Carter, M., *Typography and current technologies*, in "Design quarterly", 148, 1990, p. 56. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/4091233

e fitta la griglia raster sulla quale si progetta un carattere e più fedelmente l'immagine digitale riproduce le sottigliezze della forma delle lettere.

Le font digitali bitmap connoteranno diversi progetti grafici realizzati soprattutto tra il 1984 e il 1989. Ne sono un esempio i lavori della Greiman spaziando dalle brochure ai manifesti, tra i tanti quello per la manifestazione *Sci-Arc, Changing Concepts of Space in Architecture and Art* (1985) e per il numero 133 della rivista statunitense *Design Quarterly* (1986), oppure le pagine del periodico *Emigre*, in cui sono impiegate le font bitmap progettate dalla Licko. Sebbene questi caratteri siano facili da utilizzare soprattutto perché versatili in entrambi gli ambienti DOS e Macintosh, inizialmente il loro utilizzo è limitato alle titolazioni e la loro diffusione avverrà successivamente solo quando l'estetica bitmap connoterà anche le immagini prodotte con il computer. Da quel momento in poi l'immagine caratterizzata dai contorni pixelati sarà un altro elemento peculiare del graphic design digitale degli anni Ottanta, basti pensare alle illustrazioni di John Hersey o ai computer fumetti *GMM* (1984) dei Giovanotti Mondani Meccanici o al manifesto del Why Not Associates *Computer Design Course* (1990) per la Royal College of Art di Londra, o ancora, all'intera pubblicazione della Greiman *Hybrid imagery: the fusion of technology and graphic design* (1990).

Gli esempi dell'impiego di font e immagini bitmap come elementi costitutivi del primo graphic design digitale sono tantissimi, ma la sua fortuna non è strettamente connessa ai risultati sugli stampati cartacei, ma piuttosto alla sua chiara resa visiva e alta leggibilità a monitor. Ciò permette ai progettisti grafici di cimentarsi da una parte con nuovi supporti e nuovi ambiti progettuali, come la grafica per la televisione o per i video, – un inedito campo d'impiego del digitale a livello sia internazionale sia italiano, per esempio il progetto della Greiman per gli spot televisivi per l'azienda statunitense Esprit (1988) o quello di Mario Convertino per la sigla del programma *Mister Fantasy* (1982) –, dall'altra di mescolare i linguaggi video con quelli della stampa e viceversa. La contaminazione di questi ultimi è resa possibile esclusivamente dall'uso del personal computer, infatti in una delle molte testimonianze della Greiman, solita a inserire immagini video nei suoi progetti, emerge che l'uso del programma MacVision le permette di importare le immagini dalla videocamera, di trasformarle singolarmente sul computer in qualcosa di 'quasi fotografico' e composto da evidenti pixel che poi successivamente lei potrà rielaborare con un ulteriore software, come MacDraw o MacPaint, donando loro un differente aspetto dall'originale[202]. Nella complessità/facilità dell'operazione di elaborazione digitale dell'immagine la progettista californiana intravede una delle tante potenzialità fornita dal computer per ampliare i propri orizzonti creativi e per sovvertire il linguaggio visivo del graphic design.

Mentre la 'pixelizzazione'[203] caratterizza l'aspetto della prima grafica digitale, la sfocatura e l'antialias[204] contraddistinguono l'aspetto successivo della tipografia digitale e delle immagini degli anni Novanta. Ma prima di proseguire approfondendo queste due tecniche applicate agli elementi compositivi del graphic design, è utile inquadrare per primi gli approcci che si stanno diffondendo a livello mondiale nello specifico della tipografia.

Ciò che si evince dalle riviste e dalle pubblicazioni analizzate precedentemente è la convinzione sempre più dilagante che il testo debba essere visto oltre che letto, da qui la necessità di avere caratteri con forme più espressive, spesso anche illeggibili, atteggiamento largamente promosso negli Stati Uniti da Katherine McCoy e in Inghilterra da Brody e Wozencroft.

L'esigenza dell'interpretazione e delle connessioni strette tra testo e immagine, con una particolare attenzione all'interazione visivo-compositiva oltre che concettuale-verbale, non è un aspetto innovativo introdotto dalla New Wave inglese, bensì attinge dalle lezioni di Weingart che, secondo la McCoy, trasforma in potenti espressioni concettuali le quattro componenti del graphic design vedere-leggere-testo-immagine, soprattutto attraverso molteplici strati di forma corrispettivi talvolta di altrettanti strati di significato[205].

La propensione a utilizzare una composizione grafica stratificata, facilitata dall'impiego del computer, costituisce un altro elemento del nuovo linguaggio, nato anche dall'insoddisfazione dei graphic designer di essere considerati esclusivamente dei *problem solver* e dalla necessità di sentirsi sempre più interpreti. Questa esigenza spinge i progettisti a usare dal punto di vista compositivo non solo la stratificazione di diversi livelli, riprendendo il termine della Greiman "layering process", ma di avvalersi anche di quella di differenti linguaggi, arrivando ad accostare in certi casi più font spesso in contrapposizione tra di loro per dimensione e forma. Ad esempio, una font graziata è accostata a una bitmap o a una calligrafica – approccio tipico dello scenario britannico in cui si mescola la tradizione con gli elementi digitali – oppure nella stessa pagina si trovano più caratteri tipografici, dando vita a ciò che la McCoy individua come "pluralismo globale"[206].

Inoltre l'esigenza di progettare e utilizzare tipografia espressiva restituisce visivamente la voce al testo, affidandogli un tono di voce che spesso mescola immagine e lettera in frasi simili a rebus visivi, in combinazioni visuali-verbali.

A sostegno dell'impiego della tipografia espressiva in questi anni vengono prodotte una serie di pubblicazioni che, oltre a illustrare il panorama internazionale, guidano sia i graphic designer sia chi si approccia per la prima volta all'ambito della grafica a comprendere come si può rendere eloquente il testo e quali sono gli approcci più utilizzati. Si fa riferimento in particolare alle due raccolte di Poynor, *Typography now: the next wave* e *Typography now two: the implosion*[207], e al libro di Rob Carter, *Experimental typography. Computer type*[208].

Questi tre volumi tracciano le origini della nuova ondata della tipografia digitale diventando così una guida sull'inedita sperimentazione tipografica di quegli anni, in cui si delineano non solo gli approcci possibili, ma soprattutto quali sono le manipolazioni e le elaborazioni che il computer permette di compiere sulla morfologia delle lettere trasformandole in qualcosa di fluido e in potenti immagini. Utilizzando le parole di Andy

202 Greiman, A., *Hybrid*..., p. 67.

203 Dal termine 'pixellation' utilizzato nell'articolo di Staples, L., *Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography, 1984-1997*, in "Design Issues", vol. 16, 3, 2000, p. 26. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511813

204 Aliasing è un termine tecnico usato per descrivere l'effetto frastagliato o scalettato dei bordi curvi delle forme composte di pixel, di solito è sinonimo di bassa risoluzione. Nelle forme delle lettere, l'aliasing è particolarmente problematico perché la scalettatura interferisce con la morbidezza della curvatura tipica di alcune lettere. Con l'antialiasing si risolve questa problematica sfocando leggermente il bordo della lettera sullo sfondo, ad esempio i bordi di una lettera nera appoggiata su uno sfondo bianco, quando è attivo antialias, rivelano l'inserimento di pixel grigi lungo i contorni della lettera. Solo i sistemi informatici in grado di visualizzare più di due colori (bianco e nero) supportano questa tecnica, difatti viene introdotta per la prima volta nel 1987 nel modello *Macintosh II* in grado di sostenere la tecnologia in scala di grigi a differenza del primo modello. Nel 1990 con l'immissione in commercio del software Photoshop l'antialiasing diventa una tecnica diffusa soprattutto nell'elaborazione delle immagini.

205 McCoy, K., *American graphic design expression*, in "Design Quarterly", 148, 1990, p. 16. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/4091231

206 McCoy, K., *American*..., p. 22.

207 Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography now: the next wave*, London: Booth-Clibborn, 1991; Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography now two: the implosion*, London: Booth-Clibborn, 2000.

208 Carter, R., *Experimental typography. Computer type*, New York: Watson Guptill Publication, 1997.

Altmann dei Why Not Associates, la tipografia diventa intrattenimento[209], in modo tale che il type design funzioni attraverso l'eccesso di espressività come mezzo per coinvolgere, divertire, persuadere e, senza dubbio, a volte confondere il lettore, piuttosto che come veicolo per comprendere il significato testuale o individuarne le sue gerarchie. Inoltre il volume di Carter fornisce ulteriori informazioni tecniche sulla tipografia espressiva, individuando e catalogando attraverso l'analisi di diversi progetti grafici internazionali una serie di fattori che modificano la morfologia delle lettere e che possono essere considerati delle vere e proprie categorie, per esempio la distorsione, a sua volta suddivisa nella frammentazione o nella sfocatura dei caratteri.

Se finora si individuano come elementi del nuovo linguaggio introdotto dal computer la tipografia e le immagini bitmap tipiche degli anni Ottanta, i caratteri espressivi, la stratificazione dei livelli e la contaminazione dei linguaggi, adesso bisogna capire invece quale tipo di trattamento è connotativo delle immagini dell'ultimo decennio del Novecento.

Riprendendo la questione delle tecniche della sfocatura e dell'antialiasing introdotta da Loretta Staples[210] nei suoi articoli per le riviste *Design Issues* e *Eye*, si attribuisce la diffusione di questi trattamenti alle immagini e alla tipografia successivamente alla messa in commercio del software Photoshop di Adobe nel 1990. Questo programma permette da un lato di lavorare direttamente sui pixel delle immagini digitali e dall'altro di comporre e fondere in un unico livello 'pittorico' immagine e testo fotografico, perciò la tipografia si trasforma facilmente in immagine e può essere manipolata come tale da molteplici effetti visivi. Di conseguenza l'utilizzo dei diversi filtri di Photoshop e la tecnica della sfocatura, *blur* in inglese, diventano le modalità più utilizzate dai graphic designer negli anni Novanta, promuovendo una tipografia basata sugli effetti visivi, basti pensare ai lavori di Brody e a quelli di Scott Makela.

La sfocatura della parola e dell'immagine continua a essere una tendenza preponderante per tutti gli anni Novanta, soprattutto con i progetti di David Carson, la cui sensibilità pionieristica, prima con la veste grafica della rivista *Beach Culture* e poi di *Ray Gun*, stabilisce nuove soglie per la leggibilità del carattere e delle immagini fino alla sua mancanza. Seppure spesso criticato, il controverso lavoro di Carson minaccia ulteriormente l'autorevolezza della tipografia tradizionale attraverso forme di lettere ampiamente distorte e layout irregolari. Questo tipo di approcci progettuali si sposano meglio con le esigenze di altri media afferenti all'ambito video come la televisione, il cinema e la pubblicità, ed è in parte per tale ragione che le immagini video influenzano così tanto quelle utilizzate dai progettisti grafici negli artefatti comunicativi a stampa. In un certo qual modo, incorporando effetti e texture tipiche del video negli stampati, è come se si riproducesse il ritmo veloce della televisione e la granulosità delle immagini a bassa risoluzione degli schermi televisivi.

Secondo la Staples, la maggiore attenzione verso la tipologia della video fotografia è da attribuire alla popolarità dell'emittente televisiva MTV[211], che fa la sua comparsa per la prima volta negli Stati Uniti nel 1981, introducendo un nuovo immaginario visivo che sarà esplorato in maniera pionieristica dalla Greiman.

209 Cfr. Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography*..., p. 15.

210 Staples, L., *What happens when the edges dissolve?*, in "Eye", 18, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/what-happens-when-the-edges-dissolve; Staples, L., *Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography, 1984-1997*, in "Design Issues", vol. 16, 3, 2000, p. 26. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511813

211 Cfr. Staples, L., *Typography*... Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/what-happens-when-the-edges-dissolve [15.03.2021].

Tuttavia è bene precisare che l'effetto della dissolvenza non viene introdotto per la prima nell'ambito del graphic design dall'avvento del computer e dai software di elaborazione dell'immagine, bensì è già presente precedentemente nel linguaggio fotografico analogico, che prima della rivoluzione digitale necessitava di attrezzature fotografiche specifiche e di una padronanza degli strumenti non sempre alla portata di tutti. La profonda differenza della strumentazione digitale rispetto a quella analogica risiede nella democratizzazione e nella facilitazione del processo di fotoelaborazione.

Riassumendo nel periodo dal 1984 al 1999 si assiste alla proliferazione di tecnologie chiave che rendono popolare il graphic design digitale attraverso inediti linguaggi. Nuovi strumenti, in particolare il computer della azienda Apple *Macintosh* e i software associati, sviluppati specificatamente da Adobe Systems, consentono ai designer di creare, modificare e diffondere parole e immagini in modi nuovi. Inizialmente, i designer traducono l'immagine sullo schermo di caratteri pixelati in caratteri per la stampa: un inusuale approccio visivo sul rapporto tra la pagina e lo schermo. A questa traduzione seguono numerosi esperimenti che sfidano le norme tipografiche, fino alla progettazione di forme ibride incuranti delle tradizionali regole della leggibilità. Inoltre gli elementi del nuovo linguaggio consistono anche in una stratificazione *in primis* dei livelli compositivi, in cui si sovrappongono e si mescolano segni provenienti da diversi media, e secondariamente in sovraimpressione di significati, dando vita attraverso l'uso di immagini elaborate al computer e spesso ridondanti di effetti visivi a un linguaggio ibrido. Quest'ultimo assumerà connotati differenti di nazione in nazione, arricchendosi a sua volta del background culturale e sociale di ogni singolo graphic designer.

2.

I progettisti grafici italiani al computer: una lenta trasformazione

In questo capitolo si approfondisce soprattutto lo scenario nazionale che, a dispet-to di quello dei Paesi anglofoni, è ancora poco analizzato dalla storiografia ufficiale.

L'avvento del personal computer in Italia avviene in un contesto completamente differente in cui si evidenziano nello specifico da un lato una diffidenza generale verso la tecnologia digitale e dall'altro i pochi investimenti effettuati nel settore informatico da parte sia della pubblica amministrazione sia dei privati. Come dimostrato dal breve *excursus* sulla diffusione delle strumentazioni elettroniche a partire dagli anni Settanta il contesto nazionale appare arretrato, riscattandosi verso gli inizi degli anni Ottanta con una flebile diffusione del digitale che coinvolge soprattutto alcuni ambiti lavorativi. Tralasciando gli aspetti prettamente economici e sociali del ritardato avanzamento tecnologico, si assiste però a due tipi di fenomeni caratteristici della realtà della penisola, in un certo senso in controtendenza rispetto alla diffusa diffidenza. Da un lato insorgono nuove piccole aziende produttrici di periferiche e accessori – nastri, dischi, stampanti, memorie addizionali, ecc. – e di software applicativi programmati da programmatori o semplici appassionati di informatica, e dall'altro si assiste alla nascita di un'editoria specializzata composta da decine di nuove riviste. Di fatto questi due fenomeni contribuiranno alla trasmissione delle tematiche dell'informatica nel territorio nazionale.

Nel frattempo il personal computer coinvolge sempre più ambiti professionali, tra cui quelli del graphic design, grazie alla diffusione in Italia del computer dell'azienda statunitense Apple. La vicenda di Apple Italia permette di comprendere soprattutto la diffusione degli strumenti della Apple e specificatamente degli applicativi dedicati ai grafici e all'editoria da scrivania.

Per di più l'esperienza di Apple Italia sul territorio nazionale – inizialmente collocata a Reggio Emilia per le ragioni che sono indagate all'interno di questo capitolo –, sottolinea come alcune realtà produttive grafiche emiliano-romagnole, supportate da un

indotto industriale attento agli aspetti della comunicazione, favoriscono fin dai primi anni Ottanta un rapporto di accettazione anticipata del computer e delle sue innumerevoli potenzialità.

Contemporaneamente viene da chiedersi in quale contesto progettuale si sta inserendo la rivoluzione digitale in Italia e per rispondere a questo quesito è utile affrontare altre due questioni importanti dello scenario della grafica italiana di quegli anni. In primo luogo, gli anni Ottanta sono associati alla stagione della grafica di Pubblica Utilità, un 'movimento' che, alla fine del decennio, contribuisce alla stesura della *Carta del progetto grafico*, il manifesto sullo stato della professione e sul ruolo dei progettisti grafici nato anche a partire dalle riflessioni sull'imminente trasformazione digitale. In secondo luogo, sono fondamentali le reazioni e gli atteggiamenti scaturiti all'interno della comunità dei designer italiani negli 'anni del contatto' con il digitale, perché servono ad analizzare principalmente i cambiamenti in atto. Questi ultimi riguardano anche l'ideazione di nuovi ambiti di applicazione della grafica, come la videografica introdotta da Mario Convertino e la tipografia digitale, così come lo sviluppo di linguaggi integrati caratteristici del panorama italiano in questo periodo di passaggio. Linguaggi che fin dall'inizio sono condizionati dall'uso sempre più predominante dell'immagine fotostatica e che appaiono ibridi, ossia a cavallo tra la prassi analogica e quella digitale.

2.1 Il futuro non è mai come te lo saresti aspettato: la diffusione del computer nel territorio italiano

Le vicende del primo computer *Macintosh* dell'azienda statunitense Apple Computer e della sua diffusione sono raccontate ampiamente da diverse pubblicazioni di carattere internazionale. Manca invece la narrazione dell'esperienza italiana che avviene in un contesto completamente differente da quello in cui il personal computer è concepito, una ricostruzione utile non solo per comprendere il ruolo ricoperto da Apple Italia nella diffusione di questo strumento, ma anche per capire come i graphic designer italiani vengono in contatto con il *Macintosh* e quali sono le modalità per il suo apprendimento.

Prima di proseguire con la ricostruzione delle vicende dell'azienda Apple Computer sul territorio italiano negli anni Ottanta, è doveroso introdurre brevemente qual è la situazione del personal computer nello scenario produttivo ed economico nell'Italia negli ultimi tre decenni del Novecento.

Prendendo in prestito le parole di Marcello Zane – autore del libro *Storia e memoria del personal computer. Il caso italiano* –, "la storia dei personal computer e della loro diffusione in Italia appare assai più complessa"[1] perché condizionata da una serie di intrecci di interessi commerciali, cambiamenti sociali, innovazioni tecniche non sempre facilmente individuabili, ma soprattutto dalla reticenza dell'industria e della politica italiana a investire in un settore che a partire dagli inizi degli anni Cinquanta[2] è in pieno sviluppo soprattutto all'estero, in particolare negli Stati Uniti e in Inghilterra.

1 Cfr. Zane, M., *Storia e memoria del personal computer. Il caso italiano*, Milano: Jaca Book, 2008, p. 10.

2 Negli anni Cinquanta viene installato il primo elaboratore elettronico nell'azienda milanese Dalmine, più precisamente alla fine del 1957 e si tratta del modello IBM 650. Pur essendo disponibili sul mercato diversi modelli fra il 1954 e il gennaio 1958 vengono installati in Italia soltanto diciannove macchinari, nonostante l'industria e gli enti continuino a investire nella meccanografia. Si veda a tal proposito: Alessandrini, G.F., Bortone, G., *I calcolatori elettronici in Italia*, in "Rivista di organizzazione aziendale", 2, marzo-aprile, 1961, pp. 6-13.

2.1.1 La propagazione della strumentazione elettronica e digitale in Italia: un rapporto conflittuale

A partire dalla metà degli anni Sessanta l'industria dell'informatica internazionale sta lavorando sempre più al concetto di riduzione dei macchinari elettronici e del loro aumento di potenza. Fra le imprese coinvolte l'azienda Olivetti – la maggior struttura produttiva italiana impiegata nell'ambito dell'informatica[3] – nel 1965 presenta alla fiera *Bema Show* a New York il primo personal computer prodotto in serie, *Programma 101*[4], che nonostante la fama mondiale del pc non riesce a diventare un prodotto di massa soprattutto in Italia come accadde ai successivi modelli prodotti dalle aziende statunitensi, nello specifico quelli dell'azienda IBM.

La mancata diffusione di questo progetto italiano sul territorio nazionale risiede in diversi fattori che condizioneranno nei due decenni successivi il ritardo della diffusione dei personal computer. Da un lato le ragioni sono di natura politica[5], dall'altro riguardano "l'esatta definizione delle aspettative dell'utenza, dopo che sempre più spesso si levano le voci delle delusioni circa le effettive potenzialità offerte dalle nuove macchine"[6].

Questa reticenza è soprattutto causata non solo da un clima di diffusa arretratezza culturale, ma anche dalla insufficiente informazione fornita sia dalle prime riviste specializzate, caratterizzate da un linguaggio troppo tecnico, sia da una pubblicità di settore raramente in grado di fornire dettagli di carattere scientifico e di indirizzare correttamente a scelte più consapevoli e fiduciose verso le nuove tecnologie.

Inoltre, secondo Zane, un ulteriore punto critico resta "la separatezza che ancora regna fra il centro di calcolo aziendale e luoghi decisionali, fra specializzazione estrema del personale addetto all'utilizzo dei computer e necessità di maggiore flessibilità richiesta a gran voce da parte delle direzioni aziendali e del management"[7].

Infatti lo scenario italiano degli anni Sessanta e Settanta è ancora caratterizzato dalla presenza di importanti centri di calcolo presso le maggiori aziende – dotati maggiormente di macchine IBM –, accanto a poche ditte costruttrici a spartirsi settori marginali.

Infine non sarà di supporto a un cambiamento di rotta, la decisione dell'Olivetti di abbandonare il suo impegno industriale nel campo della produzione dei microprocessori[8], orientando sempre più le scelte economiche nazionali verso

3 La realtà produttiva dell'Olivetti è affiancata da altri gruppi aziendali che si occupano della produzione di elaboratori 'non business' come l'IME, appartenente al gruppo Montedison, la Selenia (gruppo IRI-STET), la Pignone Sud (gruppo ENI) e la LABEN (gruppo Montedel-Montedison) specializzata in apparecchiature per il controllo dei processi industriali e per le telecomunicazioni.

4 Sulle vicende del modello *Programma 101* e su Pier Giorgio Perotto si veda la nota 3 del capitolo 1. *Arriva il computer, uno strumento nuovo fra progetto e produzione*, p. 21.

5 Non è questa la sede per approfondire questo tipo di disamina.

6 Cfr. Zane, M., *Storia...*, p. 29.

7 Ibidem.

8 Poco prima della metà degli anni Sessanta l'azienda italiana Olivetti getta la spugna di fronte all'inarrestabile avanzata dell'IBM. Nel 1965 decide di cedere alla General Electric il settore di produzione dei microprocessori, separandolo da quello delle macchine per ufficio. Questa decisione è presa quando l'azienda piemontese si è accorta di non essere in grado di sostenere uno sforzo economico per investire autonomamente in tale ambito. Si veda: Lee, J., *The rise and the fall of General Electric Corporation Computer department*, in "IEEE. Annals of history of computing", 17, 1995, pp. 24-25.

l'importazione della strumentazione digitale statunitense[9].

Nonostante gli sforzi delle piccole realtà produttive italiane, l'orientamento restio nei confronti della tecnologia e il rallentamento dello sviluppo dell'utilizzo di sistemi di informatica nei settori pubblici e privati in Italia, rispetto ad altre nazioni europee, resta più o meno costante anche negli anni Settanta e Ottanta a causa di due ulteriori fattori: 1. il costo: il prezzo dei primi computer è elevato a tal punto da non permettere la loro adozione in tutti gli uffici amministrativi e in tutte le aziende; 2. l'attitudine psicologica: il modello aziendale italiano a conduzione spesso familiare è diffidente nel delegare decisioni e obiettivi a una macchina[10].

In aggiunta, in questi anni è evidente anche l'insufficiente sviluppo dei dispositivi e delle reti di telecomunicazioni lungo tutto il territorio italiano che va di pari passo con la scarsa esperienza organizzativa delle aziende nell'adozione di sistemi telecomunicativi sui posti di lavoro[11], meglio conosciuti in gergo come *office automation*[12].

Ma prima di proseguire con la trattazione è importante ricordare che, a partire dalla seconda metà degli anni Settanta con la messa in commercio di microprocessori, l'industria del computer non è più indirizzata soltanto alle aziende private e agli uffici della pubblica amministrazione, ma inizia a interessarsi anche a una nuova categoria di utenti, singoli individui appassionati di tecnologia già avvezzi all'utilizzo dei calcolatori o delle macchine per scrivere elettroniche di supporto alle loro professioni o alle piccole incombenze quotidiane, tipo il trasferimento degli archivi cartacei o la catalogazione delle spese. Questa nuova fascia di utenza costituirà, dalla fine degli anni Settanta, un terreno fertile per l'attecchimento dei prodotti di Apple in Italia, pur continuando a restare un prodotto di nicchia.

Malgrado lo scenario sfavorevole alla diffusione della tecnologia prima elettronica e poi digitale, tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta si assiste però a due tipi di fenomeni caratteristici della realtà della penisola che contribuiranno alla maggiore propagazione delle tematiche dell'informatica, da un lato l'insorgere di nuove piccole aziende produttrici di periferiche e accessori – nastri, dischi, stampanti, memorie addizionali, ecc. – e di software applicativi ad opera di programmatori o semplici appassionati di elettronica, dall'altro la nascita di un'editoria specializzata e di decine di nuove riviste – tra le tante *Applicando*, *AppleSoft*, *Bit*, *Home Computer*, *Italia Publisher, m&p Computer* –, come testimoniano Ottorino Baseggio[13] ed Enrico Lotti[14]. In particolare i periodici, venduti nelle edicole, hanno un ruolo rilevante nell'espansione dell'uso del personal computer negli ambienti domestici, perché sono capaci di orientare il mondo sia degli appassionati sia dei professionisti. Assumono perciò un ruolo nell'accelerazione del processo di democratizzazione dell'informatica individuale avvenuta nei primi anni Novanta grazie all'elevata quantità di modelli presenti sul mercato e al loro costo sempre più ridotto in rapporto alle crescenti prestazioni.

Si aggiunge a questi due fondamentali fattori di promozione dei nuovi prodotti digitali, l'istituzione del negozio di vendita di prodotti informatici, che in sostanza, secondo Zane, assumerà per le reti commerciali di personal computer "quella centralità che negli anni precedenti ha rivestito per i mainframe il centro di calcolo delle grandi organizzazioni"[15]. In questo l'Italia non è da meno, nell'autunno del 1978 apre infatti a Cinisello Balsamo, nella prima periferia milanese, il negozio *La Computeria*[16], proponendo un'idea del tutto particolare per le abitudini nazionali, derivata dall'esperienza statunitense. Sarà il primo negozio italiano interamente dedicato alla vendita di computer direttamente all'utenza privata, oltrepassando le reti commerciali sino a quel momento operative e costituendo di fatto una grande novità nel panorama italiano.

Il lancio promozionale del negozio ha per di più il merito di aver introdotto per la prima volta in Italia il termine 'personal computer' in sostituzione di 'mini o micro computer', come afferma il testo della rivista specialistica *Informatica*:

> "Tra i canali di distribuzione dei personal computer il più nuovo, e senz'altro il più comodo per l'acquirente è il computer shop. Qui l'imprenditore, il dirigente, il professionista, il ricercatore, il singolo individuo anche con molte e diversificate esigenze può scegliere tra una vasta gamma di personal computers, assistito da tecnici specializzati [...]. Nato dall'esigenza di offrire un punto vendita specializzato all'industria dei personal computer che si sta affermando come uno dei mercati più aperti e trainanti degli anni Ottanta, si è aperto in via Cantù a Cinisello Balsamo, [...] il primo computer shop italiano: la Computeria"[17].

La nascita dei negozi dedicati al digitale sul territorio nazionale sarà utile successivamente a inquadrare la diffusione del personal computer nelle regioni italiane, evidenziando non solo un forte divario tra le aree del Nord e Sud Italia, ma anche la distribuzione dei principali centri di propagazione della cultura digitale, fondamentale per la ricostruzione delle vicende territoriali del graphic design italiano.

9 Cfr. Zane, M., *Storia...*, p. 40.

10 Ivi, p. 24.

11 Si vedano su questi argomenti: Chorafas, D., *Il computer addomesticato: le nuove prospettive del personal computer, della telematica e del Videotext interattivo nelle grandi organizzazioni*, Milano: Franco Angeli, 1982; Glucksmann, R., *Telematica: dal viewdata all'office automation. Situazione e prospettive in Italia e nel mondo*, Milano: Jackson Libri, 1982; Langfelder, M., *L'informatica a domicilio*, Feltrinelli: Milano, 1983, pp. 77-84.

12 L'espressione *office automation* indica la varietà dei sistemi hardware e software utilizzati per creare, immagazzinare ed elaborare in forma digitale informazioni necessarie per completare compiti d'ufficio, consentendo l'ottimizzazione e l'automatizzazione delle procedure d'ufficio. L'elemento chiave di questo sistema è la predisposizione di una rete LAN (Local Area Network, ovvero una rete che collega entro uno spazio limitato computer e periferiche), che permette di trasmettere file dati, mail e file voce mediante la rete. Tutte le funzioni d'ufficio, tra cui dettatura, dattilografia, archiviazione, copia, fax, telex, microfilm, gestione dei record telefonici e del centralino, rientrano in questa categoria. *Office automation* è una locuzione divenuta popolare negli anni Settanta e Ottanta, in concomitanza con la diffusione dei personal computer.

13 Ottorino Baseggio è il fondatore della rivista *Italia Publisher* nel 1987 e diventa negli anni Ottanta e Novanta il punto di riferimento per la formazione dei software professionali per il sistema operativo Mac. È autore di alcuni volumi sui software applicativi del sistema operativo OS per la casa editrice Apogeo. Si veda l'intervista telefonica dell'autrice a Ottorino Baseggio, 12.03.2020, pp. 382-383.

14 Enrico Lotti (Milano, 1959) scrittore e giornalista, è stato il direttore della rivista Macworld Italia dal 1991 al 2006. Per la sua testimonianza si veda: AA. VV., *Apple Lovers. Il futuro non è mai come te lo saresti aspettato*, Independently published, 2020, p.71.

15 Crf. Zane, M., *Storia e memoria...*, p. 89.

16 *Aperto a Milano il primo computer shop italiano*, in "Informatica", 65, dicembre 1978.

17 Ibidem.

2.1.2 L'arrivo della 'mela' in Italia

A questo punto, restituito il quadro della situazione italiana sulla diffusione della tecnologia digitale, è giunto il momento di approfondire nello specifico le vicende di Apple Computer sul territorio nazionale.

Prima dell'istituzione ufficiale della succursale Apple Italia avvenuta pressappoco a gennaio 1984[18], i primo prodotti dell'azienda statunitense Apple Computer approdano sul suolo italiano fra il 1978 e il 1979 con la diffusione del modello *Apple II Europlus* da parte della ditta IRET, azienda con sede a Reggio Emilia, e con l'uscita della versione italiana del volume di Jef Ruskin, *Apple II manuale di programmazione in integer BASIC*[19], ad opera dell'editore padovano Muzzio.

Nello specifico il modello *Apple II*, rimasto in produzione fino al 1981, viene commercializzato nella versione 16kb a 1.887.840 lire e in quella 48kb di 2.088.488 lire, prezzi assolutamente proibitivi per quel periodo, soprattutto se non si sa bene come utilizzarlo. Nonostante il prezzo elevato, che lo renderà accessibile solo a una ristretta nicchia di appassionati informatici, la novità più importante di questa prima macchina Apple è la sua modalità di assemblaggio: il computer è proposto al pubblico non in kit, bensì in un rigido contenitore di plastica facilmente adagiabile su ogni scrivania come qualsiasi altro oggetto, dotandolo di una tastiera, di un video nero a 24 righe e, nella versione successiva, di un lettore di dischetto, rendendolo quindi una macchina pronta per l'uso da parte di qualsiasi utente finale e con la possibilità di salvataggio dei dati. L'arrivo dei computer della Apple e soprattutto del modello *Apple II* è riportato nella rivista *m&p Computer*, in cui si evidenzia anche la responsabilità della società emiliana nella distribuzione di questo prodotto di nota fama mondiale:

> "L'Apple esiste ormai da parecchio tempo negli Stati Uniti, ma solo recentemente è iniziata in Italia una distribuzione regolare e organizzata. Una prima, fugace apparizione fu all'Ertel (mostra di TV color) nel settembre del 1978 a Milano nello stand della ITT: questa società è infatti firmataria di un accordo con la Apple per la costruzione e la commercializzazione del prodotto in Europa. Era più di un anno fa e a quel tempo, in Italia, di personal computer non ne era ancora arrivato praticamente nessuno. La ITT aveva una buona carta da giocare: sarebbe stato un bel colpo iniziare già da allora la distribuzione dell'Apple in Italia (l'interesse suscitato sul pubblico dal prodotto esposto nello stand ci sembra fosse uno stimolo incoraggiante. Poche settimane dopo, sempre a Milano, allo SMAU (rassegna che dedica ampio spazio ai computer ed all'informatica in genere) fa la comparsa un personal come il PET, del quale viene annunciato l'inizio della distribuzione regolare. Dell'Apple nessuna traccia: allo SMAU non si espongono tv color... Nella primavera (inoltrata) del '79, l'organizzazione IRET di Reggio Emilia (cioè un'affermata catena di negozi di alta fedeltà ed elettrodomestici) comincia ad importare l'Apple, direttamente dagli Stati Uniti. Oggi la rete di distribuzione è su scala pressoché nazionale e la reperibilità, dato il tipo di prodotto, può considerarsi soddisfacente. La situazione è tuttora in sviluppo; i punti di vendita aumentano e l'Apple, giunto in ritardo rispetto ai suoi diretti concorrenti, ha già acquistato una notevole popolarità nel nostro Paese. Non certo grazie all'organizzazione che importa ITT in Italia, che nel frattempo si è limitala a 'tenere stretto' l'Apple ed a esporlo di nuovo all'Ertel nel '79, questa volta marcato ITT. L'accordo Apple-ITT hafunzionato in Francia e in Germania, dove l'*Apple II* esiste ormai da tempo con il nome di *JTT 2020*. In Italia, chissà perché l'accordo non ha funzionato. Per fortuna, ad importare l'Apple ci ha pensato (efficacemente) qualcun altro"[20].

18 Cfr. intervista a Baseggio, p. 382.

19 Questo manuale raccoglie trentadue listati di programmi scritti in linguaggio BASIC, il linguaggio di programmazione, appositamente per il modello *Apple II*.

20 Cfr. *Apple II*, in "m&p Computer", gennaio 1980, p. 31.

La ditta IRET[21] – che si trasformerà nel 1980 nella società IRET Informatica – non ha soltanto il merito di aver distribuito in Italia i primi modelli di personal computer alla fine degli anni Settanta, ma ha soprattutto un ruolo importante nella diffusione del modello *Macintosh* e nel fornire supporto tecnico e formativo a tutti i professionisti che iniziano ad utilizzare il computer nell'ambito della progettazione grafica nei successivi anni Ottanta. La rete commerciale istituita sul mercato distributivo italiano da IRET Informatica, oltre a essere autonoma, offre un'elevata qualità di assistenza ai clienti soprattutto nell'area del centro-nord dell'Italia, costruendo da un lato una base solida su cui diffondere le conoscenze applicative sull'uso dei nuovi computer, dall'altro un network di relazioni professionali che successivamente porteranno a importanti collaborazioni e alla realizzazione di eventi specifici, come la mostra sullo scenario della grafica contemporanea *20x20 "Climax" vs Apple*[22] svoltasi a Rimini nel 1997 durante la manifestazione *NightWave*.

Ovviamente la società reggiana non sarà l'unico distributore italiano, nel 1980 si affianca infatti ad essa la ditta dei fratelli Bagnetti[23] a Roma, coprendo così la commercializzazione soprattutto nel centro Italia.

Se la ditta IRET Informatica ha il merito di aver distribuito i primi modelli di Apple Computer nel territorio italiano tra il 1978 e il 1983, alle riviste di settore informatico e alle inserzioni pubblicitarie va attribuita invece la capacità di aver raggiunto una vasta fascia di utenti per lo più formata da appassionati e programmatori. Dalle testimonianze di Blue Bottazzi, Lotti e Giuseppe Turri – rispettivamente i primi due sono scrittori delle testate dedicate al mondo e alla comunità Apple, come *Applicando*, e il terzo è il responsabile delle public relations di Bit Relations, agenzia che si occupa di Hi-Tech – emerge come le inserzioni pubblicitarie dell'Apple abbiano un ruolo fondamentale nella fidelizzazione dell'utenza e nella sua amplificazione attraverso l'uso di messaggi che sottolineano sia le caratteristiche all'avanguardia dei suoi prodotti sia la disponibilità di fornire aggiornamenti senza la necessità di cambiare la strumentazione che l'accrescimento personale promosso dall'uso dei prodotti[24]. Infatti è proprio su quest'ultimo fattore che spesso puntano i testi promozionali dell'Apple. Ne è un esempio l'introduzione dell'annuncio *Una mela personale* del 1982 che afferma "Per avere successo, occorre crescere. Per questo tu stai sempre cercando qualcosa che ti aiuti a crescere, a

21 L'azienda IRET nasce come negozio di elettrodomestici fondato da Vittorio Maria Lasagni – successivo fondatore di Apple Italia – che alla fine degli anni Settanta decide di trovare un prodotto che dia nuova linfa al suo giro d'affari costituito da sette negozi sparsi in tutta l'Emilia Romagna. Ingaggia quindi un agente per esplorare l'Europa a caccia di novità. L'anonimo incaricato torna a casa dall'Inghilterra con un *Apple II* e da qui la folgorazione: Lasagni, il piccolo imprenditore, decide di fare di quell'oggetto così affascinante ed innovativo il cavallo di battaglia della sua azienda: l'IRET. Prendendo contatti telefonici con l'azienda Apple chiede di poter diventare il primo rivenditore del prodotto in Italia, ma la realtà statunitense un po' guardinga avvia la collaborazione con l'obbligo di importare pochi pezzi, cinque il primo ordine, per prendere in poco tempo un'altra piega. Le vendite prendono subito uno slancio inaspettato ed è la stessa azienda di Cupertino a contattare Lasagni per invitarlo direttamente negli Stati Uniti per discutere i dettagli di quello che sarebbe diventato un rapporto di esclusività su tutta l'Italia. Nel 1980 Lasagni assieme a Dario Conti – il primo laureato italiano in informatica – con un gruppo di altre poche persone decidono di dare vita alla società IRET Informatica, che quattro anni dopo sarà assorbita dall'azienda Apple, dando vita a Apple Italia con uffici a Milano, Reggio Emilia e Roma.
Si vedano: IRET Informatica, *A ciascuno il proprio computer, brochure aziendale*, Reggio Emilia, 1982; Pucci, A., *Facce da Mac*, Milano: Mondadori, 2005, pp. 2-9.

22 La mostra *20x20 "Climax" vs Apple* così come l'evento fieristico *NightWave* di Rimini saranno approfonditi successivamente nel capitolo 4. *La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative* nel paragrafo 4.3.2 *Progetti grafici digitali e sperimentali a NigthWave. Rassegna ed eventi di musica, tendenza e culture club (1996-1998)*, p. 197.

23 Si veda: Pucci, A., *Facce*..., pp. 14-15.

24 Cfr. AA. VV., *Apple Lovers. Il futuro*...

migliorare le tue capacità, a sfidare gli ostacoli. Apple, il tuo computer personale, ti aiuta a crescere più in fretta e ad andare più lontano di quel che credevi possibile. In altri termini, un elaboratore personale Apple ti assicura il potere di mandare ad effetto tutti i pensieri creativi che ti balenano nella mente" [25].

Il potere persuasivo degli annunci pubblicitari sarà espresso maggiormente con la promozione del nuovo modello *Macintosh* – messo in commercio negli Stati Uniti a gennaio del 1984 e distribuito in Italia alla fine di aprile dello stesso anno –, tanto che la succursale italiana dell'azienda californiana decide di utilizzare per la vendita sul territorio nazionale lo slogan "Scopri in trenta minuti un nuovo modo di lavorare"[26], riassumendo perciò quale tipo di rivoluzione sta per compiere il nuovo personal computer nel mondo del lavoro e indirizzando il messaggio direttamente all''individuo utente'. L'idea di orientare la promozione al singolo utilizzatore evidenzia la precisa volontà della nascente Apple Italia – con sede a Milano – di trasferire fiducia laddove è presente ancora della reticenza verso l'uso della nuova strumentazione digitale, e di mirare inoltre a suscitare interesse verso una macchina che offre concrete soluzioni nello svolgimento delle attività lavorative mediante l'efficienza e l'alta qualità dei loro prodotti.

L'uscita italiana del *Macintosh* sarà anticipata di qualche mese dai periodici di informatica, creando una sorta di aspettativa verso tale prodotto, come nel caso di *MC micromputer* che nel numero di febbraio gli dedica un articolo, intitolato *Apple Macintosh*, introducendolo così:

> "Macintosh ha il nome della mela più buona della California, secondo quanto ci è stato detto. E si scrive proprio cosi, tutto attaccato, e si legge "Mekintosc" con l'accento sulla 'e'. È stato progettato con l'intento di facilitare il lavoro di tutti coloro che 'lavorano alla scrivania', ma in modo da non costringerli ad imparare tecniche specifiche: è il discorso iniziato circa un anno fa con il *Lisa*, ora alla portata di un maggior numero di potenziali utenti grazie essenzialmente ad un hardware meno costoso, ma anche meno ingombrante"[27].

I toni entusiasti rispetto al nuovo prodotto Apple orientati a conquistare una nuova categoria di utenza si ripropongono in altre pubblicazione di settore. Ad esempio Marco Anelli, nell'articolo *Mac fa 37* pubblicato su *Applicando*, scrive che "superata ormai da tempo anche in Italia la fase hobbisticopionieristica, il personal computer sta diffondendosi come vero e proprio strumento di lavoro in fasce di utenza sempre più vaste. Molti professionisti e dirigenti, infatti, vogliono che il computer faccia risparmiare loro tempo e fatica, e tutto ciò senza dover spendere ore e ore in prove e consultazioni di manuali vari, nel tentativo di far funzionare correttamente un programma.

Per questo motivo la possibilità di un impiego semplice e immediato, anche da parte di chi non abbia e neppure voglia acquisire alcuna dimestichezza con l'informatica, che gli americani definiscono "user friendliness", rappresenta attualmente un argomento di vendita di importanza pari, se non addirittura superiore, alle prestazioni complessive del sistema in termini di memoria e di velocità di elaborazione. Sensibile alle nuove esigenze di un pubblico che si fa sempre più vasto, la Apple ha presentato [...] il computer più amichevole e più facile da usare presente oggi sul mercato, il Macintosh o, più familiarmente, Mac"[28]. In questo articolo emergono fondamentalmente due concetti identificativi delle innovazioni apportate dal nuovo modello, ossia la capacità di essere facilmente utilizzabile anche da chi non si intende di programmazione e la minimizzazione del tempo nelle operazioni lavorative, caratteristiche che contribuiranno qualche anno più avanti alla sua diffusione soprattutto nell'ambito della progettazione grafica.

Di natura affine è anche il contributo di Corrado Giustozzi, intitolato *Apple computer Macintosh*, che innanzitutto nell'introduzione della recensione al prodotto rassicura i lettori della rivista *MC microcomputer* che "come vedrete, il Macintosh è una macchina molto particolare, che si può usare tranquillamente (o quasi) senza manuale. Ed infatti la prova che state per leggere sarà un po' diversa da quelle cui siete abituati: sarà più che altro una presentazione approfondita della 'filosofia Macintosh' con abbondanti impressioni d'uso. Certo, parleremo anche dell'hardware, per illustrare la (rivoluzionaria) architettura del sistema; ma il discorso sarà soprattutto 'user oriented'".[29]

Giustozzi introduce due questioni interessanti sul nuovo prodotto dell'azienda californiana, la prima è quella trattata anche nell'articolo di Anelli, ossia la facilità di utilizzo, la seconda fa riferimento direttamente alla filosofia dell'Apple che risulta essere da un lato molto attenta all'esigenze della sua utenza e dall'altra rivoluzionaria con l'impiego di un'inedita interfaccia grafica abbastanza diversa dai modelli precedenti molto amati dai lettori del periodico. Sebbene Giustozzi nel suo testo dimostri qualche perplessità, rispetto a questioni meramente tecniche sull'hardware del computer *Macintosh*, fa intuire nella conclusione la portata rivoluzionaria che avrà questa macchina nel presente, ma soprattutto nel futuro affermando che "per ora ci limitiamo a considerare il Mac come una stupenda dimostrazione di tecnologia e di inventiva, collocandolo nella categoria degli 'oggetti che se tutto va bene segneranno un'epoca', e aspettiamo ansiosi gli sviluppi futuri"[30].

2.1.2.1 Il rapporto tra i progettisti grafici e i computer Apple

Nonostante lo scetticismo iniziale da parte degli utenti italiani appartenenti alla categoria dei programmatori, sempre più persone cominciano a prendere confidenza con l'immediatezza e la semplicità di utilizzo del modello *Macintosh*, caratteristiche importanti derivate dalla combinazione tra le parti hardware e software del computer, a tal punto da fare spazio a una nuova tipologia di utenza. In particolare con l'avvento dei software per desktop publishing, presentati per la prima volta allo SMAU[31] di Milano nel 1986, i prodotti Apple diventano appannaggio dei 'cosiddetti creativi'[32], come li nominano Bottazzi e Fabrizio Re Garbagnati – proprietario del negozio milanese Mac@

25 *Apple il computer personale*, in "m&p Computer", 19, maggio, 1982.

26 Cfr. Intervista a Baseggio, p. 383.

27 Marinacci, M., *Apple Macintosh*, in "MC microcomputer", 27, febbraio 1984, p. 17.

28 Anelli, M., *Mac fa 37*, in "Applicando", 8, 1984, p. 14.

29 Giustozzi, C., *Apple computer Macintosh*, in "MC microcomputer", 28, marzo 1984, p. 44

30 Ivi, p. 51.

31 Lo SMAU è il Salone Macchine e Attrezzature per l'Ufficio, ideato nel 1964 come la principale fiera italiana dedicata alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. L'edizione del 1986 è considerata decisiva per la svolta propulsiva data dalla presidenza di Enore Deotto che trasmette un nuovo impulso realizzando nuove iniziative come mostre, convegni, studi sul mercato. Inoltre in collaborazione con la Fiera del Levante, a Bari, dà vita a Tecnorama, la manifestazione pensata per aiutare lo sviluppo del mercato tecnologico nell'Italia meridionale e dei Paesi che si affacciano sul Mediterraneo. Infine l'edizione del 1986 è importante per il mondo del graphic design, perché secondo la testimonianza di Ottorino Baseggio vengono esposti i computer Macintosh corredati dai primi programmi per il desktop publishing. Si veda l'intervista condotta dall'autrice a Baseggio, pp. 382-383.

32 Cfr. AA. VV., *Apple Lovers. Il futuro*..., p. 200.

Work[33] –, che a partire dall'inizio degli anni Novanta costituiranno i maggiori utenti del marchio californiano nel piccolo mercato italiano. I graphic designer, gli illustratori, gli architetti e i tutti coloro che utilizzano il *Macintosh* per scopi professionali e creativi costituiscono la quarta categoria italiana che maggiormente utilizza il personal computer, aggiungendosi alle tre già più collaudate negli anni precedenti[34], ovvero gli appassionati/programmatori, i manager che lo usano negli uffici in linea con il mercato internazionale, ma che solitamente prediligono i prodotti IBM, e i giocatori di videogame, i quali costituiscono una grossa fetta del mercato italiano sin dalla fine degli anni Settanta, preferendo ai modelli Apple, il *Commodore 64*[35] o l'*Atari ST*[36]. Specificatamente quest'ultimo è impiegato molto negli anni Ottanta nel mondo della musica elettronica e underground, come raccontano i graphic designer Alessandra Morcella e Alessandro Jumbo Manfredini[37].

L'impiego dei computer Atari nell'ambito della progettazione grafica da parte di alcuni graphic designer italiani nei primi anni Ottanta è confermato da Sergio Polano[38] che racconta come sia stato sviluppato specificatamente per tali macchine un emulatore del sistema operativo del *Macintosh* distribuito su dischetto, col fine di rendere fruibile e accessibile a chiunque sia l'utilizzo del linguaggio PostScrip sia del programma di impaginazione Aldus PageMaker senza l'ausilio dell'originale computer dell'azienda di Cupertino.

Ritornando alla tendenza italiana di associare i computer di Apple all'ambito del graphic design, idea diffusasi soprattutto a partire dai primi anni Novanta, se ne trova un'ampia conferma all'interno del libro *Apple Lovers*[39]. Inoltre questa constatazione

33 Il negozio Mac@Work è fondato nel 1996 sul Naviglio in via Magolfa. Fabrizio Re Garbagnati decide di aprire un negozio esclusivamente finalizzato alla vendita dei computer e degli strumenti Apple, perché a partire dagli inizi degli anni Novanta assiste a una rapida diffusione di questo marchio soprattutto nell'ambito della progettazione grafica. Re Garbagnati conferma nel volume *Apple Lovers* che la maggior parte della sua clientela in quegli anni è composta dai graphic designer, illustratori e architetti.

34 Per avere un quadro generale sulla diffusione del personal computer in Italia inerente al periodo indagato dalla ricerca l'autrice si è confrontata via mail con Massimiliano Spina, responsabile della Biblioteca Istat Nazionale di Roma. Dallo scambio di informazioni è emerso che la prima indagine condotta sulla strumentazione digitale risale al 1968 in cui si indaga prettamente sui elaboratori elettronici. Si veda: Istat, *Indagine sugli elaboratori elettronici in Italia*, in "Bollettino mensile di statistica", 8, agosto 1968, supplemento straordinario.

35 Il computer Commodore 64 è presentato in Italia in anteprima allo Smau di Milano del 1982 – 17-23 settembre 1982 in Fiera di Milano –, dove l'azienda statunitense Commodore International Ltd. è presente ufficialmente con un proprio stand. I visitatori non possono vederlo in funzione ma solo ammirarlo dietro una vetrinetta posizionata al centro dello stand. La particolarità di questo modello, che ne decreta la fama nell'ambiente musicale, è la realizzazione di diverse periferiche compatibili con il corpo della macchina principale, tra cui una tastiera musicale supportata da un software per produrre musica. Si vedano: *Arrivano i nuovi Commodore?*, in "MC microcomputer", n. 13, novembre 1982, p. 18; *Anteprima Commodore?*, in "MC microcomputer", n. 14, dicembre 1982, p. 18; *Commodore64*, in "MC microcomputer" n. 18, aprile 1983, pp. 42-49.

36 Atari è una società statunitense fondata nel 1972, famosa come produttrice di videogiochi e di hardware per uso videoludico. Negli anni Ottanta mette in produzione i suoi modelli di personal computer, tra i tanti *Atari ST*, che avrà un discreto successo soprattutto in Europa, diventando popolare specialmente fra i musicisti, poiché aveva delle porte MIDI incluse. Sulla storia dell'azienda Atari si vedano: Bloom, S., *I 30 segreti di Atari*, in "Computer Games", 2, maggio 1984, pp. 44-47; Marinacci, M., *Atari 800*, in "MC microcomputer", 1, settembre 1981, pp. 36-43.

37 Si vedano in particolare le interviste condotte dall'autrice: intervista ad Alessandro Jumbo Manfredini, Venezia 27.07.2019; intervista a Alessandra Morcella, via Skype 15.05.2020.

38 Si veda l'intervista dell'autrice a Sergio Polano, Cormons 24.02.2020, pp. 562-569.

39 Cfr. AA. VV., *Apple Lovers. Il futuro...*

testimonia ancora una volta il ritardo della diffusione capillare del personal computer tra i professionisti della progettazione grafica, un rallentamento dovuto in parte ai costi eccessivi della strumentazione, basti pensare che nel 1985 il modello *Macintosh* costa 4.500.000 lire, senza contare il prezzo delle periferiche di supporto, come la stampante LaserWriter – immessa nel mercato italiano nel 1986 –, stimato attorno a 14.000.000 lire[40].

Sulla problematica dei costi eccessivi della strumentazione Apple, Paolo Tassinari[41] – uno dei due soci fondatori dello studio Tassinari/Vetta di Trieste – ricorda come lo studio acquista in un primo periodo due computer Atari attorno al 1986, uno impiegato per la contabilità e l'altro per utilizzarlo lui o il suo socio Pierpaolo Vetta[42], e successivamente attorno al 1991 decidono di passare al primo computer Apple, sottolineando più volte i costi enormi di questo prodotto[43].

Alla motivazione economica della propagazione tardiva dei computer *Macintosh* negli studi di grafica va aggiunta anche la difficoltà di ricevere assistenza immediata in caso di guasti o problematiche varie della strumentazione o dei software, dovuta dalla distribuzione non proprio capillare sul territorio italiano. Nei primi anni Ottanta Apple Italia se da un lato vanta una consistente rete di agenti commerciali, che si muovono in particolare nei grandi centri urbani del centro-nord, dall'altro consta ancora di pochi negozi autorizzati seppur collocati in tutto il territorio italiano. Quindi talvolta le tempistiche per ricevere assistenza prevedono tempi molto lunghi e, in situazione estreme sono gli stessi graphic designer a spostarsi per recarsi nel centro dedicato: in entrambi casi comunque la spesa prevista diventa onerosa.

Un dato interessante lo forniscono anche i dati Istat[44] che permettono di evidenziare due fondamentali aspetti sulla vicenda. La prima è che non esistono analisi multiscopo su questo argomento svolte tra il 1986 e il 1991 e che si dovrà aspettare il 1995 per avere una pubblicazione sulle statistiche dei tre anni precedenti. La seconda è relativa appunto ai dati di quest'ultima in cui si afferma che "la diffusione delle strumentazioni informatiche a livello di massa è un fenomeno in netta crescita rispetto al passato e riguarda i più disparati aspetti della vista quotidiana"[45], evidenziando purtroppo come questi strumenti siano ancora concepiti dalle politiche nazionali come semplici accessori di svago, nonostante le statistiche dimostrino che più del 60,2%

40 Ivi, p. 18.

41 Paolo Tassinari (Trieste, 1955) è un designer della comunicazione e si occupa prevalentemente di grafica editoriale e di identità visiva. Fonda con Pierpaolo Vetta nel 1980 lo studio di comunicazione Tassinari/Vetta, e ancora oggi integra la pratica professionale con la didattica. Nel 2010 è autore con Sergio Polano del libro *sussidiario. Grafica e caratteri moderni*, pubblicato da Electa come seguito del volume *abecedario*. Dal 1996 è art director della rivista *Casabella* e attualmente è presidente del gruppo italiano dell'*Alliance Graphique Internationale* (AGI).

42 Pierpaolo Vetta (Trieste, 1955-2003) è stato uno dei più importanti graphic designer italiani negli anni Ottanta e Novanta, co-fondatore dello studio triestino Tassinari/Vetta.

43 Si veda l'intervista dell'autrice a Paolo Tassinari, Trieste 29.08.2019, pp. 590-595.

44 Per avere un quadro generale sulla diffusione del personal computer in Italia inerente al periodo indagato dalla ricerca l'autrice si è confrontata via mail con Massimiliano Spina, responsabile della Biblioteca Istat Nazionale di Roma. Dallo scambio di informazioni è emerso che la prima indagine condotta sulla strumentazione digitale risale al 1968 in cui si indaga prettamente sui elaboratori elettronici. Si veda: Istat, *Indagine sugli elaboratori elettronici in Italia*, in "Bollettino mensile di statistica", 8, agosto1968, supplemento straordinario.

45 Cfr. Istat, *La presenza e l'uso del computer in casa*, in idem, *Musica, sport, computer e altre attività del tempo libero*, Roma 1995, p. 63.

impiega il computer per motivi lavorativi[46].

Ritornando alla ricostruzione delle vicende della storia della grafica italiana di questo arco temporale, un ulteriore aspetto è comprendere la genesi dell'acquisto da parte dei graphic designer italiani del loro primo computer Macintosh. Dalle testimonianze emerge che in certi casi è stata un una pura coincidenza, ad esempio Matteo Bologna[47] lo compra a rate dal suo vicino, responsabile commerciale di Apple Italia, oppure si preferisce acquistare un prodotto di seconda mano da colleghi progettisti impiegati in altri studi o direttamente da clienti, proprietari di grandi aziende che aggiornano la loro strumentazione digitale, così da poter testare il computer senza affrontare spese per forza onerose. Tuttavia da questa indagine emerge che l'acquisto di modelli nuovi e tecnologicamente più avanzati da parte dei progettisti italiani avviene soprattutto nei primissimi anni Novanta quando la loro carriera professionale è già ampiamente consolidata. Infatti, dalle testimonianze di alcuni graphic designer italiani, tra cui Patrizia Di Gioia[48], è emerso che l'acquisto del computer è coinciso sia con il momento di incremento dei lavori commissionati sia con la fondazione dello studio de Mitri & Di Gioia nei primissimi anni Novanta. Tra l'altro Di Gioia ricorda anche come all'epoca nella città di Modena fosse presente più di un rivenditore di computer Apple.

Infine, l'ultima questione da affrontare sono le modalità con le quali la comunità dei graphic designer italiani approccia il computer, cercando di comprendere se i corsi di formazione per i professionisti organizzati da Apple Italia sono effettivamente di sostegno all'apprendimento del nuovo strumento. Ciò che è evidente, soprattutto dalle testimonianze dei protagonisti, è l'attitudine autodidatta nell'utilizzo del nuovo strumento. In certe esperienze è stato utile il supporto di colleghi già avvezzi o più intraprendenti all'uso del computer, in altre – soprattutto tra i progettisti più giovani nati fra fine Sessanta e inizia Settanta – ci si è imbattuti nella strumentazione digitale durante il percorso formativo scolastico o universitario. Invece tra la generazione dei graphic designer nati i primi anni Sessanta le circostanze sono differenti e le reazioni opposte, qualcuno confessa persino di aver avuto inizialmente un blocco totale verso la nuova tecnologia, come la progettista Daniela Piscitelli che afferma che dopo aver acquistato il suo primo computer nel 1991 ha preferito tenerlo spento per tre mesi "perché avevo il terrore, non capivo neanche dove mettere le mani. Poi un po' alla volta, attraverso l'ausilio di amici ti metti a sperimentare e frequenti qualche piccolo corso; così ho iniziato ad avere dimestichezza con questo nuovo strumento"[49].

Rispetto invece alle attività formative di Apple Italia e le collaborazioni tra i consulenti e i graphic designer italiani si ha un breve riscontro dall'esperienza di

46 Cfr. Ivi, p. 65.

47 Matteo Bologna (Milano, 1965) è un progettista grafico milanese impiegato soprattutto nel campo della grafica editoriale. Nel 1995 decide di lasciare l'Italia ed emigrare negli Stati Uniti dove qualche anno più tardi fonderà lo studio Mucca design. Si veda l'intervista dell'autrice a Matteo Bologna, intervista Skype, 14.04.2020, pp. 384-389.

48 Patrizia Di Gioia (Milano, 1966) è una progettista grafica modenese impiegata fin dai primissimi anni Novanta nella progettazione della comunicazione per diverse discoteche e club della zona emiliana-romagnola, tra le quali lo Spirity, il Paradiso, il Peter Pan, il Matis e l'Echoes. Si veda l'intervista dell'autrice a Patrizia di Gioia, intervista Whatsapp calling 14.04.202, pp. 440-445.

49 Daniela Piscitelli (Napoli, 1962) Architetto e grafico, si occupa di storia e critica del design della comunicazione visiva. Negli anni Novanta è importante il suo contributo all'indagine condotta sullo scenario americano della New Wave grafica. Dal 2009 al 2015 è stata la presidentessa dell'Aiap, Associazione italiana design della comunicazione visiva. Si veda l'intervista dell'autrice a Daniela Piscitelli, Venezia 02.10.2019, pp. 554-561.

Baseggio[50], che ricorda da un lato quanto esiguo fosse il numero di addetti della succursale italiana ad occuparsi delle attività di divulgazione del DTP tra il 1987 e il 1990, e dall'altro la frenesia organizzativa di eventi formativi e rappresentativi organizzati da lui e dai suoi quattro colleghi. Inoltre, nel 1994 assumendo il ruolo di Creative Market Manager Apple Italia, Baseggio verrà in contatto con diversi professionisti dell'ambito del graphic design. In particolare, seguendo l'area emiliano-romagnola circostante alla sede reggiana dell'Apple, conosce e consolida il suo rapporto con Manfredini. Quest'ultimo coinvolgerà Baseggio nella sponsorizzazione e nella realizzazione della mostra *20x20 "Climax" vs Apple*[51] del 1997 a Rimini, fornendo per l'esposizione l'intero parco computer[52].

Per concludere, dalla ricostruzione della vicenda della sede italiana dell'azienda Apple emerge che la sua influenza sul panorama del graphic design italiano degli anni Ottanta e Novanta sia legata alla presenza della società IRET Informatica a Reggio Emilia. La sua iniziale collocazione geografica ha infatti permesso una maggiore propagazione del *Macintosh* tra le realtà produttive grafiche emiliano-romagnole, supportate anche da un indotto industriale attento agli aspetti della comunicazione, favorendo fin dai primi anni Ottanta un rapporto di accettazione anticipata della nuova strumentazione digitale rispetto al restante scenario italiano e di comprensione delle possibili potenzialità del computer.

2.2 L'eredità della grafica di Pubblica Utilità e la *Carta del progetto grafico*

Dopo aver ricostruito la vicende della diffusione del personal computer sul territorio nazionale con particolare attenzione a quelle dei prodotti Apple e aver tracciato le connessioni della società californiana con l'ambito del graphic design italiano, cercando persino di individuare gli aspetti che determinano il rallentamento della digitalizzazione della professione, ora si analizza nello specifico lo stato della grafica italiana negli anni Ottanta. Si tratta cioè di comprendere qual è lo scenario in cui si inserisce la rivoluzione digitale, quali riflessioni si stanno conducendo sulla professionalità dei grafici e come si trasforma tale ambito in funzione dell'avvento del computer.

Nello specifico gli anni Ottanta sono il riflesso di diversi fattori generati da molteplici accadimenti dei due decenni precedenti che spaziano dall'ambito socio-politico a quello economico e culturale, in cui l'Italia eredita da un lato la crisi economica degli anni Settanta dopo l'ubriacatura del boom economico e dall'altro la tensione sociale e culturale degli anni di piombo, periodo che mette profondamente in discussione il sistema industriale italiano.

Con la messa in crisi del sistema capitalistico italiano, soprattutto dal punto di vista ideologico, la comunità dei progettisti si trova dinanzi a un bivio, da una parte ha la necessità di ridefinire la sua posizione divisa "nel suo legame storico con l'industria e nella necessità di doverne rivedere il patto"[53], dall'altra deve interrogarsi sulla nuova

50 Cfr. Intervista a Baseggio, p. 383.

51 Cfr. nota 21.

52 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini, Modena 28.02.2020, pp. 484-488.

53 Cfr. Piscitelli, D., *La stagione della Grafica di Pubblica Utilità: what else?*, in "AIS/Design Journal Storia e Ricerche", n.12-13, 2019-20, p. 141. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/73/70

identità in relazione soprattutto alla scissione con il mondo della pubblicità[54], dati i frequenti interrogativi sulla dimensione deontologica ed etica della professione che si stanno diffondendo. Infatti, prendendo in prestito le parole di Daniela Piscitelli dal saggio *La stagione della Grafica di Pubblica Utilità: what else?*, questi sono anni "nei quali il mondo della comunicazione fa i conti [anche] con la cultura 'usa e getta' del consumismo i cui effetti compromissori sull'ambiente iniziano a palesarsi: la critica non viene rivolta solo ai consumatori – attori dell'acquisto e del consumo – ma più specificatamente agli 'acceleratori' di questi processi, le aziende, e soprattutto i designer accusati di non mettere al servizio della società e dell'utente il proprio sapere, bensì percepiti come al soldo dell'industria e dei suoi bisogni e, soprattutto concentrati più su una propria ricerca e promozione autoriale"[55].

Con questa affermazione iniziano ad essere più chiari quali interrogativi si sta ponendo la comunità dei progettisti, spettatori e al contempo protagonisti di un periodo di piena transizione e ridefinizione *in primis* della propria identità, che sarà ulteriormente scossa dalla rivoluzione introdotta dal personal computer.

2.2.1 La prima Biennale della grafica di Cattolica (1984): la maturazione di una stagione oramai conclusa

Il 1984, anno iconico per il mondo del graphic design internazionale per il lancio del personal computer *Macintosh* dell'azienda californiana Apple, costituisce soprattutto per la comunità dei progettisti grafici italiani l'anno dell'effettiva maturazione delle riflessioni condotte fino a quel periodo che porta al concepimento della Prima Biennale della Grafica a Cattolica (14 luglio-15 settembre)[56] intitolata *Propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni Settanta ad oggi*. Questa iniziativa si propone di chiarire il panorama progettuale italiano in cui da un paio di anni si avvicenda una serie di collaborazioni tra graphic designer e pubblica amministrazione, generando appunto quella che è meglio conosciuta come la stagione della grafica di Pubblica Utilità – termine e indirizzo suggerito da Albe Steiner nel 1973[57]e ribadito successivamente nel volume *Il mestiere del grafico*[58] – e di cercare di tracciarne un manifesto.

Gli intenti della Biennale nascono dalla necessità di raccogliere, documentare ed elaborare criticamente quanto prodotto sul territorio italiano da un gruppo di progettisti, sparpagliati lungo tutto lo stivale da nord a sud e da est a ovest, che hanno basato il loro lavoro in un campo di indagine incentrato sulla comunicazione visiva dell'ente pubblico

54 Sulla questione della scissione tra grafici e il mondo della pubblicità in Italia si vedano: Piazza, M., *Rovesciare gli occhi. Grafica e pubblicità negli anni Settanta*, in AA. VV. (a cura di), *In pubblico. Azioni e idee degli anni Settanta in Italia*, Milano: Skira, 2007; Galluzzo, M., *Pane al pane: L'Art Directors Club Milano e la pubblicità italiana tra gli anni sessanta e settanta*, in R. Riccini (a cura di), *Fare ricerca in design: Forum nazionale dei dottorati di ricerca in design*, Padova: Il Poligrafo, 2017, pp. 303-309; Galluzzo, M., *I grafici sono sempre i protagonisti? Pubblicità in Italia 1965-1985*, tesi di dottorato, Università Iuav di Venezia, XXX ciclo, relatore C. Vinti, 2018; Galluzzo, M., *Perché voi non lo sapete come sceglie una cucina la gente vera. La fotografia tra grafica e art direction del Made in Italy*, in "AIS/Design Journal Storia e Ricerche", n. 14, 2020, pp. 61-90. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/120/191.

55 Cfr. Piscitelli, D., *La stagione*..., p. 139.

56 Sulla Prima Biennale della Grafica di Cattolica si vedano: Anceschi, G. (a cura di), *Prima Biennale della Grafica. Propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni Settanta ad oggi*, Milano: Arnaldo Mondadori Editore, 1984; De Robertis, P., *L'immagine della Prima Biennale della Grafica di Cattolica*, in "Grafica", 0, 1985, pp. 71-78.

57 Steiner, A., *La grafica degli enti pubblici*, in "Linea grafica", 1-3, 1973.

58 Steiner, A., *Il mestiere del grafico*, Torino: Einaudi, 1978.

o di istituzioni sociali, politiche, culturali, eccetera, rivolta quindi all'individuo inteso come soggetto sociale e non come consumatore. Difatti questi progettisti sono per la maggior parte accomunati dalla visione del progetto grafico come mezzo di servizio per il cittadino, inteso sia come utente finale sia come committente dei loro lavori, e specificatamente ciò che viene prodotto dal loro incontro con la committenza pubblica dà vita a una produzione grafica culturalmente significativa. Questo fenomeno si diffonde in particolare in un arco temporale tra la metà degli anni Settanta e i primissimi anni Ottanta, soprattutto grazie alla promulgazione della legge sul decentramento delle Pubbliche Amministrazioni che vede nel 1971 l'istituzione delle Regioni come poli decisionali territoriali. Le scelte politiche di tale periodo trasformano le istituzioni, soprattutto quelle pubbliche, nella nuova possibile committenza, basti pensare, tra i tanti episodi, al lavoro svolto da Massimo Dolcini per la città di Pesaro, evidenziando così l'affacciarsi di nuovi bisogni comunicativi, differenti da quelli meramente commerciali richiesti per lo più dalla produzione industriale.

Ritornando alla Biennale di Cattolica, questa manifestazione si prefigge inoltre di mettere a contatto e a confronto "situazioni operative, gruppi, autori con temi, esigenze e problematiche in comune"[59] fino ad allora confinate spesso nelle proprie realtà territoriali o al massimo condivise tra zone limitrofe. Infine, dal punto di vista dell'organizzazione dell'esposizione vera e propria si affiancano "ai manifesti, esempi di percorsi progettuali (studi preparatori, spunti metodologici, riferimenti iconografici e quant'altro entri nel processo creativo), e si propone due 'allegati' dedicati rispettivamente a Franco Balan e al gruppo francese Grapus"[60].

A ben guardare però l'iniziativa organizzata a Cattolica non è il primo vero e proprio tentativo di tirare le somme sul movimento o su questa attitudine progettuale condivisa da diversi progettisti, semmai è l'apice della presa di coscienza generale di quanto è accaduto e sta accadendo nell'ambito del graphic design italiano – difatti però sarà l'unica edizione e il tentativo di costituire un solido collettivo di lavoro per gli anni a venire resterà incompiuto –.

La Biennale è per l'appunto preceduta da una serie di piccoli incontri e iniziative territoriali[61] preparatori, utili a spianare il terreno per l'evento nazionale del 1984. Tra i tanti, è significativo il seminario promosso da Gaddo Morpurgo[62] nel 1979 presso l'Università Iuav di Venezia, *Il ruolo dell'informazione nel processo di trasformazione del territorio*[63], perché oltre a vantare la partecipazione tra i relatori di Giovanni Anceschi – teorico ufficiale del movimento –, Massimo Dolcini e i due fondatori dello Studio Tapiro di Venezia – promotori anch'essi dell'evento – sposta per la prima volta il dibattito sulla professione del graphic designer all'interno del mondo accademico, dando un chiaro segnale sulla necessità di un riconoscimento della figura del progettista anche in questo ambito. Oppure un'ulteriore iniziativa, precedente a quella di Cattolica e utile

59 Cfr. De Robertis, P., *L'immagine*..., p. 71.

60 Ibidem.

61 Sulle iniziative e gli eventi organizzati dal 1979 al 1984, anno in cui viene organizzata la Prima Biennale della Grafica di Cattolica si vedano: AA. VV., *Segnopolis*, catalogo della mostra, Palazzo Carignano Torino, 23.02-16.03.1985, 1985; Torri, G., *Lampi di grafica. Diario degli anni Ottanta: Dalla Biennale di Cattolica alla Carta del progetto grafico*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 2020.

62 Gaddo Morpurgo (Trieste, 1947), un architetto interessato ai temi della comunicazione visiva e del design, affianca la professione all'insegnamento in diverse università italiane, in particolare allo Iuav di Venezia. È stato tra i promotori della diffusione della grafica di Pubblica Utilità.

63 Si veda: Torri, G., *Lampi di grafica. Diario degli anni Ottanta: Dalla Biennale di Cattolica alla Carta del progetto grafico*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 2020, p. 88

per comprendere il grado di consapevolezza che si sta propagando nella comunità, è l'istituzione del Comitato Nazionale di Pubblica Utilità[64] avvenuto nella sede Aiap (Associazione Italiana Design della Comunicazione visiva) a Milano nel 1981.

All'interno del catalogo della Biennale di Cattolica i testi introduttivi di Anceschi e Morpurgo cercano di definire da un lato quali sono le caratteristiche della grafica di Pubblica Utilità e dall'altro la ragion d'essere del manifesto come artefatto comunicativo elettivo di questa stagione.

Partendo dal testo di Anceschi, *Circostanze e istituzioni della grafica di Pubblica Utilità*[65], è evidente la necessità di chiarire che cos'è questo fenomeno, indagandolo prima attraverso un *excursus* temporale degli eventi preparatori che si succedono dal 1979 al 1983 e poi cercando di trarre delle conclusioni che, secondo Mario Piazza, "ben poco chiariscono cosa sia la grafica di pubblica utilità, ma rimandano sostanzialmente alla nozione di Albe Steiner, ovvero a quella grafica che specificatamente opera per la committenza pubblica con linguaggi diversi da quelli per la comunicazione aziendale e commerciale"[66]. Inoltre il testo introduttivo di Anceschi pone soltanto con lievità e fermezza il problema di come comunicare e per chi, riconducendo il 'come' nei percorsi personali intrapresi dai singoli componenti di questo movimento e il 'chi' nell'utente finale, ossia il cittadino, che spinge i progettisti a investigare sui linguaggi idonei per raggiungerlo, con risultati molto lontani dal rigore e dalla sistematicità connotativa dell'*International Style* milanese.

Invece il testo di Morpurgo, *Immagini e immaginario dei narratori urbani*[67], è una riflessione sul manifesto culturale e informativo come sinonimo di utilità pubblica: difatti alla Biennale sono esposti solo manifesti – oltre ottocento –, tralasciando tutta una serie di artefatti comunicativi che probabilmente hanno svolto un ruolo secondario nella diffusione di questo movimento. Morpurgo parte da un'analisi chiara della divulgazione di questa stagione fortunata, ripercorrendo la sua storia dagli esordi della metà degli anni Settanta fino al 1984, e introduce la distinzione fra manifesto di carattere meramente politico da quello invece informativo. Secondo il docente veneziano, il ruolo dell'artefatto progettato per la pubblica amministrazione non assolve alla propaganda ideologica dei partiti, ma semplicemente diventa il tramite di informazione tra l'ente locale e il cittadino coinvolgendolo in un atto partecipativo pubblico. Come scrive Morpurgo:

> "il manifesto, diminuita l'importanza originaria di avviso murale sulle scelte operate dal comune (il Comune di... presta atto che... avvisa/decide/obbliga/...) riacquista la sua centralità per pubblicizzare le nuove attività. È questo un aspetto importante per capire le trasformazioni della stessa 'immagine grafica' di molti comuni. Siamo davanti alla scomparsa, o alla riduzione di importanza del manifesto-avviso con un'impostazione prevalentemente legata alla tradizione dei caratteri tipografici, assimilabili alla locandina a lutto [...] per un progressivo passaggio al manifesto illustrato"[68].

64 Ivi, p. 59.

65 Anceschi, G., *Circostanze e istituzioni della grafica di Pubblica Utilità*, in idem (a cura di), *Prima Biennale della Grafica. Propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni Settanta ad oggi*, Milano: Arnaldo Mondadori Editore, 1984, pp. 13-17.

66 Cfr. Piazza, M. *Una cronaca per una storia da scrivere*, in Torri, G., *Lampi di grafica. Diario degli anni Ottanta: Dalla Biennale di Cattolica alla Carta del progetto grafico*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 2020, p. 10.

67 Morpurgo, G., *Immagini e immaginario dei narratori urbani*, in Anceschi, G. (a cura di), *Prima Biennale*..., pp. 23-27.

68 Ivi, p. 25.

Se queste sono le riflessioni più importanti emerse dalla prima Biennale della grafica di Cattolica, è importante capire cosa è scaturito dopo questo incontro e quale eredità ha lasciato questa stagione agli anni a venire. Per prima cosa, già due anni dopo sempre Morpurgo pubblica un articolo sullo stato di salute della grafica di Pubblica Utilità su *Linea Grafica* – dal titolo *Grafica di pubblica utilità: la fine di una stagione?*[69] – dai toni molto pacati in cui profetizza in maniera veritiera la fine del movimento e ne decreta la sua inadeguatezza alla complessità della comunicazione visiva e alle nuove esigenze comunicative che si stanno affacciando in quegli anni. Uno scenario che da una parte vede crescere nuovi media come quello televisivo e dall'altro assiste a un potenziamento della pubblicità nella sfera pubblica sdoganata sempre più dalla nascita di emittenti televisive private, impiegate ad esempio nella promozione turistica della città. Inoltre il ruolo degli enti amministrativi, fino ad allora primario nella proliferazione di questa stagione, sta cambiando perché, in taluni casi, manca la volontà di attuare una strategia comunicativa mentre, in altri, la capacità economica di sostenere tali progetti. Eppure laddove ci sono amministrazioni interessate a portare avanti questo tipo di collaborazione con i graphic designer, sta mutando anche l'idea di città e di territorio, sempre più stratificata e sollecitata da molteplici stimoli che non sempre possono essere rappresentati graficamente da un unico autore.

Tirando le somme di questa fortunata stagione che ha caratterizzato per circa dieci anni lo scenario della grafica italiana, a distanza di circa trentacinque anni dallo svolgimento della prima Biennale della grafica si possono individuare sia gli aspetti positivi che quelli negativi del movimento attraverso lo sguardo distaccato di chi anagraficamente non è stato presente in quei momenti.

Per prima cosa uno dei più interessanti aspetti fortemente caratterizzanti del fenomeno della grafica di Pubblica Utilità, che sarà ereditato dai graphic designer delle generazioni successive, è l'essere territorialmente diffuso, ossia questa stagione si sviluppa a macchia di leopardo lungo tutto in territorio nazionale ponendo fine all'equazione "Milano=grafica italiana"[70], in cui la scuola milanese ha rappresentato dalla ricostruzione post bellica al boom economico degli anni Sessanta-Settanta il canone della comunicazione italiana. Una posizione baricentrica messa in crisi in parte dalle subculture, sviluppatesi in particolare dopo il Sessantotto, e dall'altra da una serie di politiche pubbliche innescate dal decentramento delle amministrazioni locali. Oltre a Milano, considerata storicamente il luogo cardine della committenza privata e industriale, bisogna includere anche altre due città: Torino, ulteriore esempio dell'egemonia della comunicazione aziendale; Roma, roccaforte di una committenza pubblica tradizionale, più orientata agli aspetti ideologico-politici della comunicazione.

Il decentramento dei luoghi di produzione della grafica evidenzia un fermento creativo che connoterà in seguito molti degli episodi della grafica digitale italiana – oggetto di questa tesi –, dando spazio a ciò che proviene da città che prima della metà degli anni Ottanta sono considerate periferiche dalla storia della grafica italiana. Sono territori e tessuti sociali caratterizzati da indotti produttivi differenziati, alcuni più legati al mondo della cultura vicina alla musica e alle arti performative, per esempio lo scenario bolognese e della riviera romagnola, o a quello dell'industria della moda e dello streetwear, come l'ambiente fiorentino e modenese.

Il secondo fattore ereditario positivo risiede nella capacità dei designer della grafica di Pubblica Utilità di sviluppare istanze visive individuali e sperimentali, dove spesso si mescolano non solo i saperi tecnici, ma anche i linguaggi attraverso

69 Morpurgo, G., *Grafica di pubblica utilità: la fine di una stagione?*, in "Linea Grafica", 6, 1986, pp. 4-11.

70 Cfr. Piazza, M., *Una cronaca per una storia da scrivere*, in Torri, G., *Lampi*..., p. 9.

pratiche quasi artigianali. Ne è un esempio l'uso tutto italiano della fotocopia di cui si affronteranno gli esiti nel successivo paragrafo. Sull'interpretazione di questa pluralità dei linguaggi i critici e gli storici italiani che indagano su questo periodo si dividono. Secondo alcuni, tale caratteristica evidenzia soltanto la ricerca formale e le singole peculiarità artistiche di ogni componente, a tal punto da rimuovere/soffocare il senso di unitarietà del movimento, fattore anche indentificato come una delle possibili cause della morte di questa stagione. Dall'altra invece un progettista come Giovanni Lussu sostiene che la stagione della grafica di Pubblica Utilità abbia rappresentato un periodo nel quale "è stato prodotto quanto di più vivo e generoso"[71] nella grafica italiana degli ultimi decenni.

Infine, l'ultimo merito di questa densa stagione è stata l'introduzione di una riflessione critica "sull'insieme delle problematiche del progetto grafico"[72], tra le tante, la necessità di comprendere il ruolo del graphic design nella società al di là del suo contributo alla grafica di Pubblica Utilità, di essere riconosciuti come dei professionisti al pari di molte altre professioni, di tracciare le componenti identificative del progettista oppure di contribuire alla diffusione della cultura del progetto a partire dall'istituzione di corsi universitari dedicati e appropriati.

Di contro però questa stagione arriva a un epilogo per diverse ragioni, *in primis* perché risulta incapace di confrontarsi con altri media, come la televisione – che si fa largo sempre più nella comunicazione visiva –, e con la nuova strumentazione digitale che, tra le tante cose, avvia un processo di democratizzazione della professione e della comparsa di nuove professionalità, e secondariamente è in balia di altre trasformazioni esterne all'ambito del progetto, tra cui il cambiamento degli assetti politici della metà degli anni Ottanta. Forse uno degli errori maggiori commessi da questi graphic designer, secondo Polano, è proprio quello di aver fatto troppo affidamento sulle realtà politiche di sinistra – protagoniste della scena italiana in quegli anni e delle scelte di decentramento dei poteri amministrativi –, diventando inconsciamente i traduttori o gli intermediari di certe ideologie politiche[73]. Anche secondo Pino Grimaldi il fallimento di questo fenomeno è da ricondurre in parte a ciò che tiene assieme questo cospicuo gruppo di progettisti, accomunanti non tanto da una vera e propria strategia di intenti o da una visione collettiva, bensì "dal comune sentire culturale, ideologico e politico, forse persino 'non detto' e inespresso"[74].

Se questa 'generazione di mezzo', o almeno la maggior parte di essa, appare inadatta a soddisfare le richieste di un mercato sempre più complesso che con l'avvento del computer assiste al mescolamento sia dei linguaggi sia soprattutto dei media, spostando il piano della discussione su altri supporti e canali – questi ultimi in particolare non possono essere più semplicemente ricondotti allo spazio pubblico –, dal punto di vista culturale, secondo la Piscitelli, pare che abbia "lasciato un'eredità importante che ancora sopravvive: il lavoro, anche didattico, di quei progettisti cresciuti nei reflussi di quell'onda [...] rappresenta una linea di continuità culturale con quei principi"[75] soprattutto negli anni del nuovo Millennio.

In conclusione, a prescindere da quale eredità lasci questa stagione soprattutto

71 Cfr. Lussu, G., *La lettera uccide*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 1999, p. 171.

72 Cfr. Piazza, M., *Una cronaca*..., p. 11.

73 Si veda l'intervista dell'autrice a Sergio Polano, Cormons 24.02.2020, pp. 562-569.

74 Grimaldi, P., *Dalla grafica al blur design. La comunicazione visiva in Campania*, Milano: Electa, 2007, p. 29.

75 Cfr. Piscitelli, D., *La stagione*..., p. 155.

alle generazioni di progettisti protagonisti della grafica digitale degli anni Novanta, il fenomeno della grafica di Pubblica Utilità si chiude nel 1989 con la scrittura e divulgazione di quello che Piazza definisce "un vero e proprio manifesto"[76], ovvero la *Carta del progetto grafico*[77], un documento di sintesi e di rivendicazione della professione, che pone la grafica e la comunicazione visiva come guida nelle discipline del progetto.

2.2.2 Le intenzioni della *Carta del progetto grafico*

La *Carta del progetto grafico* è un documento ideato e sottoscritto in occasione della pre-assemblea nazionale Aiap ad Aosta il 24 giugno1989[78], successivamente pubblicato e presentato ufficialmente il 27 novembre del medesimo anno alla facoltà di Architettura del Politecnico di Milano per l'apposizione di un primo nucleo di firme.

Questo 'manifesto' nasce come atto collettivo ideato da una parte del gruppo degli organizzatori[79] della prima Biennale della grafica di Cattolica del 1984 che sentono l'esigenza di mettere per iscritto le riflessioni maturate negli ultimi anni "negli ambiti degli studi storico-critici, della ricerca e della formazione, dell'editoria periodica di settore, delle istanze associative e professionali"[80] sulla identità del graphic designer e sulla centralità del suo ruolo nella società, un documento che, secondo Lussu, può essere considerato come "espressione di sintesi della storia della grafica di Pubblica Utilità in Italia"[81].

In particolare la *Carta* è costituita da sette articoli che riportano almeno quattro tematiche cruciali: "1) la necessità di riconoscere alla progettazione grafica un suo statuto disciplinare affrancato dalle più consolidate discipline forti, l'architettura e il design di prodotto; 2) perseguire il riconoscimento della professione attraverso una sua propria identità culturale e professionale; 3) istituire percorsi formativi istituzionalizzati e di livello universitario in grado di poter seguire la complessità dell'evoluzione della comunicazione visiva; 4) rivendicare le responsabilità dei progettisti verso gli utenti finali e l'ambiente tutto e sottolineare il ruolo centrale della grafica nei processi di modificazione delle

76 Cfr. Piazza, M., *Una cronaca*..., p. 11.

77 Sulla Carta del progetto grafico scritta nel 1989 si vedano: *La Carta del progetto grafico*, in "Grafica", 7, 1989, pp. 112-116; Iliprandi, G., *Charter of Graphic Design Proposal for a Debate on Visual Communication Design*, in "Design Issues", 1, autumn 1991, pp. 67-73. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511455; Lussu, G., *La lettera uccide*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 1999, pp. 158-171; Baule, G., *La Carta del progetto grafico venticinque anni dopo. Una rilettura*, in "AIS/Design Journal Storia e Ricerche", n.6, 2015, pp. 243-259. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/142/130.

78 Si vedano i riferimenti online presenti sia sul vecchio sito dell'Aiap sia nell'archivio online del Centro di Documentazione sul progetto grafico: https://aiap.it/2000-2020/documenti/8046/193.html e https://aiap.it/2000-2020/cdpg/index%EF%B9%96ID=10286&IDsubarea=169&IDsez=180.html

79 Tra i promotori ci sono: Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, Gelsomino D'ambrosio, Pino Grimaldi, Giancarlo Iliprandi, Giovanni Lussu, Alberto Marangoni e Giancarlo Torri. A questi si aggiungeranno una serie di firmatari: Studio Azzurro, Franco Balan, Antonio Barrese, Omar Calabrese, Enrico Camplani, Mimmo Castellano, Pierluigi Cerri, Aldo Colonetti, Mario Convertino, Mario Cresci, Massimo Dolcini, Alfredo De Santis, Paolo De Robertis, Giorgio Fioravanti, AG Fronzoni, Antonella Fusco, Franco Grignani, Max Huber, Alberto Lecaldano, Cettina Lenza, Italo Lupi, Piergiorgio Maoloni, Daniele Marini, Bruno Monguzzi, Bob Noorda, Franco Origoni, Wando Pagliardini, Tullio Pericoli, Gianluigi Pescolderung, Roberto Pieraccini, Valeriano Piozzi, Alessandro Polistina, Michele Provinciali, Andrea Rauch, Stefano Rovai, Roberto Sambonet, Gianni Sassi, Lica Steiner, Daniele Turchi, Alessandro Ubertazzi, Massimo Vignelli, Ettore Vitale, Heinz Waibl.

80 Cfr. Baule, G., *La carta del progetto*..., p. 243.

81 Cfr. Lussu, G., *La lettera*..., p. 163.

culture, dell'ambiente, delle società e dell'uomo stesso"[82].

Però prima di proseguire con l'individuazione delle motivazioni principali che portano alla fondazione di questo documento, è fondamentale inquadrare alcuni aspetti del periodo precedente alla sua ideazione, per avere un'idea completa dello scenario della grafica italiana degli anni Ottanta, periodo parzialmente indagato nel sottoparagrafo antecedente in cui si raccontano soprattutto le vicende della grafica di Pubblica Utilità. In realtà, come in tutti i periodi storici, oltre a quest'ultima stagione più studiata esistono movimenti paralleli le cui storie si intrecciano e agiscono in diversi ambiti attigui al mondo del graphic design, dando vita a volte a forti connessioni o incursioni al di fuori di una logica di sistema omogenea.

In particolare, uno dei settori in forte espansione, come già anticipato, è quello della comunicazione televisiva che nei primissimi anni Ottanta diventerà a tutti gli effetti un valido banco di prova per i graphic designer, basti pensare alle esperienze di Mario Convertino con la sigla del programma *Mister Fantasy* (1982) e di Mario Sasso per il palinsesto *Videocomic* (1986) – entrambi i lavori sono commissionati dalla RAI –, come alcuni tra i progetti sperimentali e innovatori per la televisione. Quest'ambito di progetto sarà sostenuto soprattutto dalla nascita di emittenti televisive private capaci di effettuare ingenti investimenti nella neonata strumentazione digitale per il video. Alla sperimentazione condotta nel campo della comunicazione televisiva si affianca quella in ambito pubblicitario che, caratterizzata da una forte espansione del mercato, inizia a utilizzare la televisione come principale supporto. Di conseguenza tali recenti settori richiedono nuovi linguaggi, nuove strutture e nuove professionalità che spesso si scontrano con i progettisti del movimento della grafica di Pubblica Utilità. Diventa pertanto necessario, attraverso l'istituzione della *Carta*, definire l'identità di una comunità allargata, più propensa a un confronto inclusivo che di opposizione.

Inoltre un ulteriore aspetto di mutazione profonda del graphic design di questi anni, che spinge i progettisti grafici a interrogarsi e a mettere in discussione l'intero processo progettuale, è rappresentato dalla comparsa della strumentazione digitale e del computer. Confrontarsi con il processo di digitalizzazione della grafica vuol dire non solo rivedere la propria identità e il proprio statuto, ma anche ragionare su inedite tipologie di artefatti e nuove modalità di progettazione, quindi mettere in discussione l'intero sistema progettuale.

Di conseguenza è necessario alla soglia degli anni Novanta per la comunità dei graphic designer italiani fermarsi, fare il punto della situazione e dare vita, attraverso la scrittura, a un documento di sintesi sull'identità della comunicazione visiva.

Per di più l'esigenza di uno 'spazio' di convergenza nasce, secondo Giovanni Baule, da tre precise istanze. La prima, sul piano disciplinare, si pone come "domanda di verifica delle culture del progetto e del posizionamento dei saperi che si identificano col design grafico"[83], la seconda è relativa a quello professionale e principia dalla "forte richiesta di riconoscimento della figura del progettista grafico"[84]. Infatti, rispetto ad altre discipline del progetto, il graphic design "pur vantando alti contributi nel merito, soffre di scarsa formalizzazione, di limitati strumenti di condivisione per la messa a sistema dei singoli apporti"[85]. Mentre la terza e ultima istanza è quella formativa, la quale riprende l'annosa questione di istituire percorsi didattici dedicati e riconosciuti anche a livello universitario, prendendo come esempio le poche istituzioni storiche che vanno dalla Scuola Umanitaria del libro di Milano agli ISIA di Urbino e Monza fino alle scuole di tecnica grafica e tipografica, affinché si formino profili in grado di rispondere alla complessità del progetto di comunicazione degli anni a venire.

Quindi, individuate le principali istanze la *Carta del progetto grafico*, almeno nelle intenzioni, deve farsene portavoce, sintetizzandole in un unico 'manifesto' e rappresentando al contempo la pluralità delle provenienze dei progettisti coinvolti nella sua stesura.

Analizzando nello specifico il testo, la *Carta* si differenza dal manifesto generico perché, oltre a non riportare una scrittura di tipo autoriale, è una specie di "dichiarazione pubblica che non esprime obiettivi prefissati in nome di un particolare movimento, ma suggerisce principi generali all'interno dei quali potrà operare apertamente un intero settore"[86], caratteristica tipica di una scrittura a più mani ed espressione della coralità dell'assemblea che l'ha formulata.

Infine l'ultimo aspetto interessante da prendere in considerazione, prima di riportare una sintesi del contenuto dei sette punti costitutivi della *Carta* e di giungere alle conclusioni e all'eredità che lascia questo documento, riguarda la sua condivisione d'intenti con altri dibattiti aperti all'interno della comunità internazionale dei graphic design, di cui vanno citati almeno due esempi. Il primo rappresentato dal movimento francese *États Généraux de la Culture* che nel 1987 a Parigi costituisce il proprio manifesto, impegnandosi a "fondare in Francia una pratica della comunicazione visiva degna degli aspetti sociali e culturali del nostro paese"[87]. Tra i promotori dell'iniziativa si trova anche Gérard Paris-Clavel dello Studio Grapus, i cui lavori vengono ospitati alla Biennale di Cattolica sottolineando lo stretto legame tra i protagonisti della grafica di Pubblica Utilità e questa realtà progettuale francese. Mentre il secondo riguarda l'attenzione per le tematiche affrontate nella *Carta* da parte dal comitato scientifico della rivista statunitense *Design Issues*[88], comprovata dalla sua pubblicazione nell'articolo *Charter of Graphic Design Proposal for a Debate on Visual Communication Design* del 1990.

2.2.3 I contenuti della *Carta del progetto grafico*

Il primo argomento riportato nel documento è la constatazione della presenza costante della grafica ovunque attraverso le parole "La grafica è oramai una presenza trasversale. Dove c'è comunicazione c'è grafica. Come la comunicazione essa è dappertutto", per poi passare alla seconda istanza in cui si afferma il ruolo centrale del progetto grafico come interfaccia sia dei prodotti sia dei servizi. Invece nei due punti successivi, il terzo e il quarto, si rivendica da un lato l'appartenenza del graphic design alle discipline del progetto, o meglio alla cultura del progetto, ponendola in una posizione paritaria e non di servizio al disegno industriale, e dall'altro in continuazione con l'affermazione precedente si riconosce come un ambito disciplinare dotato di una serie sia di saperi tecnici sia di conoscenze specifiche e di un proprio pensiero critico.

Nel quinto punto la tematica principale è l'individuazione di un'identità unitaria

82 Cfr. Piscitelli, D., *La stagione*..., p. 150.

83 Cfr. Baule, G., La carta del progetto..., p. 248.

84 Ibidem.

85 Ibidem.

86 Ivi, p. 249.

87 Ivi, p. 254.

88 Si veda la lettera inviata in data 7 settembre 1990 da Victor Margolin a Giancarlo Iliprandi su carta intestata: "Dear Giancarlo: I am pleased to report that my collegues would like to publish the *Carta del Progetto Grafico* in a bilingual Italian/English form. We will try to maintain the graphic spirit of original (italics, boldface, etc.). We would also like you to write a brief introduction in Italian", conservata nell'archivio di Giovanni Baule.

professionale, anche se la percezione dall'esterno riconosce più una pluralità anziché un'unità, dettata dalla molteplicità dei settori applicativi e dalle differenti specializzazioni della professione, quindi è spontaneo domandarsi quali sono gli attributi che ne definiscono la sua unitarietà. A tale quesito molto probabilmente non si avrà mai una risposta, perché il testo della *Carta* sposta la questione sul piano della formazione, auspicando l'istituzione di corsi universitari che autodeterminino l'unitarietà della professione attraverso l'insegnamento della prassi e della teoria. Infine negli ultimi due punti emergono sia la dimensione etica della professione, attraverso l'identificazione delle responsabilità del progettista nei confronti dell'utente – retaggio della grafica di Pubblica Utilità – sia la proposta di portare a compimento gli intenti futuri, ovvero "ci impegniamo a mettere in atto tutte le iniziative che promuovano il riconoscimento della nostra identità professionale sia sul versante della società in generale che presso la vasta gamma della nostra committenza. Con questa 'carta' ci impegniamo a lavorare in prospettiva, come sta avvenendo in altri paesi e in assonanza con gli intenti delle organizzazioni internazionali e delle associazioni nazionali, a una costituente della progettualità. Ci impegniamo inoltre a costruire un calendario delle iniziative per la divulgazione dei vari aspetti della professione e della disciplina"[89].

Per concludere alla luce della rilettura dei sette punti della *Carta* sono evidenti però delle mancanze. Per prima cosa non è chiaro qual ruolo abbiano le istituzioni politiche e private nel riconoscimento della professione, ma soprattutto nella diffusione della cultura progettuale grafica; secondariamente manca il confronto con la rivoluzione digitale in corso. Infatti non si fa riferimento alla trasformazione in atto se non in un breve passaggio nel penultimo punto che sintetizza la questione in questi termini "consideriamo tra i nostri compiti principali quello di agire dentro ai sistemi che producono *standards* ([...] dai software grafici a tutte quelle elaborazioni che serviranno in seconda istanza per produrre risultati finali)"[90] lasciando in effetti un vuoto che testimonia l'assenza di dibattito sulla rivoluzione digitale, come se si trattasse di un trasformazione poco "avvertita"[91] e non ancora vissuta ed elaborata. A sostegno di ciò Baule nella sua rilettura scrive che "nella *Carta* sono solo adombrate le opportunità di radicale riorganizzazione che si stanno affacciando con la rivoluzione digitale sul piano dei saperi e della struttura professionale, anche in termini di discontinuità. Se risulta chiaro il riconoscimento che la rivoluzione digitale è al centro di un sommovimento destinato a scuotere il campo della progettazione e dei saperi a essa collegati, non è tuttavia reso esplicito nei toni della scrittura come la dichiarata centralità del progetto grafico stia per coniugarsi alla digitalizzazione in un indiscutibile nodo strategico che sposterà di ruolo e di funzione l'insieme degli artefatti grafico-comunicativi"[92].

Nonostante l'importanza che può aver avuto questo documento nel tentativo di mettere ordine nella disciplina del progetto grafico e di fare il punto della situazione, la sensazione che si ha a distanza di trent'anni è che sia rimasto e tuttora rimanga un documento poco diffuso e di nicchia, incapace di raggiungere le varie anime del progetto grafico e di guardare ai possibili scenari che si sarebbero sviluppati da lì a pochi anni, risultando così ancora molto ancorato a un'idea di grafica analogica, figlia di un atteggiamento un po' conservatore.

Se finora attraverso l'analisi del movimento della grafica di Pubblica Utilità e della

89 Cfr. *La Carta del progetto grafico*, disponibile su: https://aiap.it/2000-2020/documenti/8046/193.html

90 Ibidem.

91 Cfr. Baule, G., *La carta del progetto*..., p. 255.

92 Ibidem.

Carta del progetto grafico si è fornito un quadro generale dello scenario italiano in cui si inserisce l'avvento del personal computer negli anni Ottanta, il decennio successivo appare denso di trasformazioni epocali. Difatti, da un lato si assiste a una profonda crisi economica e politica, durante la quale la pubblica amministrazione, accusata di cattiva gestione e di aver alimentato il sistema corrotto delle tangenti, riduce i propri investimenti nella cultura e nella comunicazione. Dall'altro, nell'ambito del graphic design, i grafici della 'generazione di mezzo' iniziano a confrontarsi e a scontrarsi con le nuove generazioni di designer, che oltre a essere più formate – grazie anche alla varietà di corsi universitari e non diffusi lungo lo stivale, quindi alcuni non provengono più dall'esperienza 'a bottega' –, sono anche più recettive alle novità suggerite dall'uso del computer e del neonato web. Ci si trova dinanzi a una generazione di progettisti capaci inoltre di gestire più liberamente i propri studi professionali che si configuravano leggeri e diffusi, più mobili e con una più spiccata predisposizione internazionale. Attitudini che, secondo la Piscitelli, non li identificano come "meno impegnati ma con metodologie e approcci profondamente differenti e, sicuramente per quegli anni, in via ancora di ridefinizione"[93].

In questo scenario di continua mutazione della professione la generazione che costruisce il dibattito sul progetto e sostiene la stagione della Pubblica Utilità si frammenta e con essa si diradano anche le occasioni di confronto con quelle più giovani.

2.3 Dall'analogico al digitale, l'evoluzione del progetto grafico italiano attraverso reazioni contrastanti e la nascita di nuovi ambiti progettuali

Ricostruite le vicende della diffusione in Italia del personal computer e del *Macintosh*, analizzato il fenomeno della grafica italiana di Pubblica Utilità, indagato parzialmente lo scenario della disciplina del progetto grafico degli anni Ottanta attraverso le esigenze deontologiche di alcuni protagonisti sintetizzate nella *Carta del progetto grafico*, resta da raccontare qual è stato il contributo delle tecnologie digitali all'evoluzione della professione in Italia e le reazioni dei graphic designer. Una narrazione della storia composta da diversi passaggi attenti a evidenziare per primo il cambiamento dal punto di vista del processo progettuale, poi il rilevamento di integrazioni, divergenze, convivenze e sperimentazioni soprattutto sul piano dei linguaggi visivi, e infine gli ambiti che nascono con l'avvento del personal computer, iniziando a tracciare così un percorso storico connotato da trasformazioni lente e da vicende non sempre lineari.

2.3.1 Il processo progettuale, dalla composizione 'a freddo' a quella digitale

Come confermano le testimonianze di alcuni progettisti grafici italiani, coinvolti nel passaggio dall'analogico al digitale, durante gli anni della composizione 'a freddo' la produzione grafica è un procedimento estremamente parcellizzato e condiviso tra diverse figure interne ed esterne agli studi. D'altra parte, il processo messo in atto è differente per ciascun progettista, ad esempio gli studi di media o piccola dimensione delegavano i lavori di fotocomposizione del layout a strutture esterne, come le tipografie e le stamperie, mentre quelli più grandi e strutturati in reparti gestiscono internamente le lavorazioni. Ad avvalorare tale differenza, tipica anche dello scenario del graphic design

93 Cfr. Piscitelli, D., *La stagione*..., p. 151.

italiano, ci sono le testimonianze orali raccolte dall'autrice di questa ricerca[94].

Gianluigi Pescolderung[95], dello studio Tapiro di Venezia, spiega che, a causa di spazi ridotti e costi onerosi, lo studio in quegli anni era dotato di una camera oscura, ma non della strumentazione elettronica per la composizione tipografica. Sottolinea altresì la scomparsa progressiva, per effetto della diffusione del computer dei fotocompositori, perché non era più necessario di rivolgersi a loro per la composizione dei testi, tanto da definire il suo approccio con il computer "come trovarsi di fronte a una 'fotocompositrice diretta'"[96].

La testimonianza di Lodovico Gualzetti[97] riporta un'esperienza simile per certi aspetti a quella di Pescolderung, in cui per ragioni economiche nel 1984 ha preferito acquistare una macchina Lumigraph – una macchina fotomeccanica simile alla reprocamera – anziché dei macchinari per la fotocomposizione, rivolgendosi all'occorrenza a fornitori esterni e preferendo la stampa 'a caldo' della linotipia a quella 'a freddo' della fotocomposizione, perché meno onerosa[98]. Dell'azienda di fotocomposizione alla quale si rivolgeva ricorda bene la parcellizzazione del lavoro, in cui ogni singola mansione è svolta da una precisa maestranza, per esempio il montaggista, colui che "nel momento in cui c'era un errore sull'ultima bozza, trattava la cianografica con l'ammoniaca e ritagliava la parolina corretta direttamente su pellicola inserendola dentro in modo da correggere più o meno velocemente l'errore"[99].

Di contro, le grandi realtà come lo studio G&R Associati di Milano e lo studio Dolcini di Pesaro, dai rispettivi racconti delle progettiste Silvia Sfligiotti[100] e Alessandra Morcella[101], evidenziano la suddivisione interna di entrambi gli studi in reparti e l'organizzazione in ruoli ben definiti di tutti i componenti. Nel caso di G&R Associati, la Sfligiotti afferma che nello studio era presente un reparto di fotocomposizione interna, in cui operavano dei tecnici professionisti regolarmente assunti e altamente qualificati all'impiego di queste unità di fotocomposizione, funzionanti parzialmente con la modalità WYSIWYG. Il processo progettuale seguito dai graphic designer dello studio al termine dell'ideazione e dell'elaborazione del bozzetto si articola in tre fasi: la prima dove il egli richiede al collega addetto alla fotocomposizione le strisciate riguardanti il bozzetto;

94 Si vedano in particolare le interviste condotte dall'autrice: intervista a Lodovico Gualzetti, Sesto San Giovanni 30.07.2019; intervista a Francesco Messina, Tricesimo 06.04.2019; intervista ad Alessandra Morcella, via Skype 15.05.2020; intervista a Elisabetta Ognibene, via Skype 14.05.2020; intervista a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019; intervista a Silvia Sfligiotti, via Skype 31.07.2019; intervista a Paolo Tassinari, Trieste 20.08.2019; intervista a Stefano Tonti, via Skype 22.05.2020.

95 Gianluigi Pescolderung (Brescia, 1953) progettista grafico italiano, co-fondatore nel 1979 con Enrico Camplani dello Studio Tapiro di Venezia.

96 Cfr. Intervista dell'autrice a Gianluigi Pescolderung..., p. 547.

97 Lodovico Gualzetti (Sondrio, 1959) progettista grafico italiano, formatosi alla Scuola Umanitaria del Libro è attivo nella metà degli anni Ottanta collaborando con Franco Origoni. Nel 2000 è tra i co-fondatori dello studio Magutdesign a Sesto San Giovanni.

98 Intervista dell'autrice a Lodovico Gualzetti..., p. 469.

99 Ibidem.

100 Silvia Sfligiotti (Milano, 1967) graphic designer, docente e autrice di testi sulla comunicazione visiva. Nel 1990 comincia una lunga collaborazione con Giorgio Fioravanti nello studio milanese G&R Associati e inizia l'attività in proprio nel 1996.

101 Alessandra Morcella (Orvieto, 1965) progettista grafica che si forma nello studio di Massimo Dolcini a Pesaro negli anni Ottanta e viene riconosciuta come una delle più importanti progettiste italiane nell'ambito della grafica dei club notturni negli anni Novanta,

la seconda in cui realizza il layout utilizzando tali strisciate; la terza dove ritorna dal fotocompositore con il progetto semidefinitivo e quest'ultimo impagina a schermo gli elementi inserendo le istruzioni sotto forma di codice. Tale operazione permette di vedere un'anteprima solo parzialmente fedele alla resa finale.

Invece nel caso dello Studio Dolcini la Morcella ricorda la presenza di un intero reparto dedicato all'elaborazione delle immagini, consistente in una grande camera oscura e altri macchinari come la reprocamera, che consentivano di eliminare i passaggi esterni con la figura del fotolitista.

Da tali racconti si evince che anche prima dell'arrivo dei personal computer negli studi nell'attuazione del processo progettuale ogni singolo pezzo è prodotto da una professionalità diversa, per di più in uno 'spazio' in cui il potere decisionale non è nelle mani dirette del graphic designer[102]; inoltre questo tipo di processo lavorativo necessita sicuramente di una chiara e precisa pianificazione del lavoro, aspetto che diventò più labile con l'introduzione del computer. Per di più sviluppare le fasi della filiera produttiva internamente agli studi rende il lavoro più facile, perché non c'è la necessità di essere molto precisi sin dall'inizio, o per lo meno non tanto quanto il livello di precisione richiesto quando si lavora con i fornitori esterni[103].

La trasformazione del processo progettuale e degli spazi negli anni 'del contatto' – come è stato definito nella rivista *AIS/Design Journal Storie e Ricerche*[104] il periodo di lenta transizione dall'analogico al digitale – non è immediata[105].

Ne è riprova un'altra prassi consolidata soprattutto negli studi di comunicazione più grandi: quella di acquistare un unico computer e di relegarne l'uso a poche persone, di solito il progettista più giovane, e per pochi lavori.

Riprendendo le esperienze personali della Sfligiotti e della Morcella, emerge infatti che con l'arrivo dei primi computer della Apple sia lo studio G&R Associati sia lo studio Dolcini, complici i costi elevati e la diffidenza verso il nuovo strumento, hanno acquistato un'unica unità digitale messa a disposizione per un solo componente dello studio. Nel caso pesarese, la persona predisposta come utilizzatrice del computer è stata proprio la Morcella[106], per la sua esperienza pregressa con la strumentazione digitale nell'ambito musicale, già da qualche anno infatti utilizzava un computer Commodore 64.

L'esperienza della Sfligiotti in questo caso risulta essere simile per certi aspetti, ma al contempo diversa, slittata temporalmente agli inizi degli anni Novanta, quando in G&R Associati divenne "disponibile un solo Macintosh, bisognava contenderselo e organizzarsi per poterlo utilizzare"[107].

D'altra parte, negli 'anni del contatto', il primo incontro tra i computer e le nuove generazioni di graphic designer – tendenzialmente più propense ad accogliere le potenzialità del desktop publishing – non accade in contesti privati o autonomi. Infatti,

102 Cfr. Gottschall, E. M, *Graphic communication '80s*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1981, pp. 46-47.

103 Cfr. Intervista dell'autrice a Silvia Sfligiotti..., p. 578.

104 Si veda: AA.VV. (cura di), *Gli anni del contatto: graphic design, nuove tecnologie e nuovi media*, in "AIS/Design Journal Storia e Ricerche", 8, 2018. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/issue/view/3

105 In alcuni Paesi come gli Stati Uniti, luogo di ideazione del computer, sicuramente è stata più veloce rispetto allo scenario europeo o a quello italiano.

106 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessandra Morcella..., p. 522.

107 Intervista a Silvia Sfligiotti, in Galluzzo, M., *Estinzioni, adattamenti, esplorazioni e convivenze: quattro interviste sul ruolo delle innovazioni tecnologiche nel graphic design italiano*, in "AIS/Design Journal Storie e Ricerche", 8, ottobre 2016, pp. 249-256. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/167/154 [30.11.2020]

dalle parole della Sfligiotti si evince che il costo dei personal computer nel primo periodo di diffusione del digitale risulti proibitivo per i grafici emergenti che in molti casi finiscono per sperimentare il proprio utilizzo non in modo autonomo ma all'interno di studi diretti da professionisti più anziani, inevitabilmente più condizionati dalle tecnologie precedenti.

Nei fatti però la diffusione del personal computer negli studi cambia completamente la prassi progettuale ma ridefinisce anche i ruoli e gli spazi soprattutto in quelli di grandi dimensioni, ad esempio in G&R Associati, il reparto di fotocomposizione si è dovuto gradualmente convertire e gli operatori sono stati i primi a imparare i programmi di impaginazione come Quark Xpress e a trasformarsi in impaginatori digitali[108].

Nel momento in cui ogni progettista è dotato di un personal computer si accorcia la distanza non solo delle fasi produttive, ma anche del rapporto con la macchina, mutando la progettazione in un processo meno mediato e trasferendo il lavoro direttamente sulla sua scrivania virtuale. In questo modo, come afferma Michele Galluzzo, "si assiste a un'evoluzione sostanziale nel modo in cui i grafici si relazionano e vivono gli strumenti di progettazione"[109], conferendo loro un grande potere decisionale su come e quando usare la strumentazione digitale e rendendoli successivamente gli unici responsabili della prassi della progettazione. Ad avvalorare la constatazione dell'assegnazione di un grande potere decisionale e di controllo dell'intero processo progettuale ai graphic designer è la testimonianza di Francesco Messina che fornisce un elenco puntuale di come il personal computer coi giusti software abbia cambiato decisamente il modo di lavorare: «1. permettendo di abbreviare i tempi di lavorazione relativamente agli esecutivi; 2. rendendoli più precisi! Solo la possibilità di usare un filetto sottile 0.25 era già una rivoluzione; 3. facilitando tutte le ripetizioni meccaniche; 4. usando anche la gabbia con maggiore facilità e precisione; 5. impiegando finalmente le varianti tipografiche in modo più concreto e verificabile; 6. definendo i colori con maggiore precisione (collegamento Pantone e Toyo palette con Mac); 7. elaborando immagini con effetti prima non possibili da stimare; 8. sviluppando il linguaggio del segno vettoriale (a questo collego la questione della polifonia nei synth); 9. ma soprattutto permettendo di controllare da soli i processi progettuali»[110].

Persino l'introduzione della stampante laser contribuisce a questi mutamenti, perché, grazie a un nuovo linguaggio di descrizione della pagina, denominato *PostScript*[111] – ossia un linguaggio tramite tra il computer e la stampante stessa in grado di riprodurre sulla carta ciò che si visualizza sullo schermo –, permette ai graphic designer una maggiore libertà e autonomia nella progettazione.

Però l'aspetto negativo di tutta questa ritrovata libertà fornita dal computer, secondo la progettista modenese Elisabetta Ognibene[112]:

> "è stato perdere tantissime relazioni e anche posti di lavoro che con l'avvento del computer si erano vanificati. Io, ad esempio, avevo un rapporto veramente meraviglioso sia con i miei stampatori, ma anche i preparatori, tutte quelle figure intermedie che erano tutto sommato dei grandi artigiani, dei grandi artisti artigiani perché avevano una qualità per esempio, sulla riproduzione fotografica, sugli allineamenti e sulla struttura della pagina[113].

108 Cfr. Intervista dell'autrice a Silvia Sfligiotti..., p. 579.

109 Cfr. Galluzzo, M., *Estinzioni, adattamenti...*, p. 231.

110 Cfr. Messina, F., *Nel doposabato*, corrispondenza mail con l'autrice, 08.04.2019, pp. 516-517.

111 Il linguaggio *PostScript* è realizzato per la prima volta nel 1985 dall'azienda statunitense Adobe System.

112 Elisabetta Ognibene (Modena, 1957) progettista grafica attiva nei progetti per il sociale, fin dagli anni Ottanta si occupa della committenza pubblica, prima realizzando alcuni lavori per la FGCI e successivamente per l'ufficio grafico del Comune di Modena sotto l'art direction di Massimo Dolcini.

2.3.2 La formazione di nuovi ambiti progettuali della grafica

Negli anni Ottanta e Novanta, come introdotto precedentemente, l'avvento del personal computer e delle strumentazioni digitali correlate a esso, anche grazie a un crescente sviluppo dei software, dà vita a nuovi ambiti progettuali del graphic design meritevoli sia di esplorare modalità tecniche fino ad allora sconosciute sia di contaminare e mescolare i linguaggi dei diversi mass media originando qualcosa di completamente inedito.

Tra gli ambiti di applicazione del graphic design che si stanno affermando concretamente, si possono individuare due possibili filoni, distinti sulla base del supporto su cui il progetto verrà successivamente sviluppato. Il primo riguarda i progetti dedicati allo schermo e comprende la grafica televisiva, che si affaccia nella disciplina progettuale a partire dai primissimi anni Ottanta, il web design e l'interaction design, i quali si configureranno definitivamente a partire dalla metà degli anni Novanta. Il secondo, relativo alle realizzazioni attraverso il computer che prevedono un output digitale sulla carta, consiste quasi esclusivamente nella tipografia digitale, perché tutti gli altri ambiti di progetto producono artefatti grafici tradizionali – tra cui la grafica editoriale, l'immagine aziendale, quella per i club musicali – sono rimasti inalterati nelle apparenze finali, rinnovandosi nella prassi progettuale e soprattutto nei linguaggi visivi.

2.3.2.1 Progetti per la 'pagina schermo'

Un primo campo di sperimentazione di strumenti e di software digitali è per i graphic designer quello delle sigle televisive. Il proliferare di emittenti televisive in concorrenza tra loro genera nuove esigenze, come afferma lo storico Carlo Vinti, "conferendo alla grafica la duplice funzione di creare dei segni di interpunzione all'interno del flusso televisivo e di produrre un'identità di rete e [di programmi] riconoscibili"[114].

Dal punto di vista storico, secondo quanto dichiara Emanuele Bevilacqua[115], nell'articolo di Aldo Colonetti del 1986, *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*[116], i primi clienti a chiedere ai graphic designer immagini sintetiche, ovvero elettroniche e digitali, sono le grandi compagnie televisive americane, come il caso della CBS (Columbia Broadcasting System) che si affida alla Dolphin per la progettazione del suo telegiornale pomeridiano, realizzando un globo proveniente dallo spazio che in pochissimi istanti è diventata un occhio stilizzato, oppure come l'emittente ABC (American Broadcasting Company) che chiede alla Image Factory di creare le sigle dei giochi olimpici invernali del 1980 e delle sue trasmissioni sportive.

Analizzando invece lo scenario italiano di questo nuovo ambito progettuale, si assiste a un ritardo nella produzione di sigle televisive prodotte con le nuove strumentazioni digitali a causa di due importanti questioni: gli alti costi di realizzazione,

113 Cfr. Intervista dell'autrice a Elisabetta Ognibene, via Skype 14.05.2020.

114 Cfr. Vinti, C., *Grafica italiana dal 1945 ad oggi*, Firenze: Giunti Editore, 2016, p. 44.

115 Emanuele Bevilacqua è stato giornalista osservatore dei fenomeni culturali oltreoceano negli anni Settanta e Ottanta.

116 Cfr. Colonetti, A., *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*, in "Linea grafica", 2, 1986, pp. 26-27.

– sono richiesti attorno ai 2-3 mila dollari al secondo per elaborazione al computer –; il dominio della parola sull'immagine nella televisione, che scoraggia la produzione di segni visivi astratti e denota la reticenza del pubblico a percepire le sigle come parte integrante del programma televisivo[117].

Per la realizzazione di questo nuovo ambito di progetto sono utilizzate una serie di strumentazioni sofisticate impiegate soprattutto nella post-produzione[118]. Tra le più note sono da citare il Videofont V per l'animazione, il Bosch FGS 400 – un sistema grafico capace di realizzare immagini tridimensionali, scenografie digitali e *full-color* –, il *Quentel Paint-Box*[119], una macchina che consente, come una sorta di pennello-pennino, di disegnare direttamente sul video con una gamma cromatica di 16 milioni di colori. Quest'ultimo macchinario è considerato un sistema rivoluzionario nel mondo della grafica e dell'audio-visivo, giocando un ruolo fondamentale appunto nella post-produzione, soprattutto prima della nascita dei software per la progettazione grafica – è da considerarlo l'antenato di Photoshop e After Effects –, e fornendo una libreria immagini che l'utente può modificare in qualsiasi momento, fino a consentire la manipolazione di immagini statiche o video. Il *Quentel Paint-Box* ha anche il merito di aver introdotto per la prima volta il menu *pop-up*, strumento digitale tipico del disegno e successivamente l'utilizzo della penna e della tavoletta grafica. Riassumendo è una macchina in grado di trascrivere ciò che la mente e la mano del progettista sanno progettare, accelerando i tempi della lavorazione e potenziando la libertà di espressione di qualsiasi creativo. Sebbene lo scenario americano della videografica risulti essere più avanzato di quello italiano per le ragioni già individuate e nonostante quest'ambito resti quello meno indagato dalla storia della grafica italiana, non mancano personaggi importanti che hanno introdotto questa tipologia di progetto in Italia.

Uno dei primi registi ad aver realizzato una sigla televisiva con il computer è stato Valerio Lazarov[120] per il programma musicale *Tilt* di Rai 1 del 1979, introducendo nella televisione italiana tutto il suo bagaglio di conoscenze tecniche derivate dalla sua esperienza negli Stati Uniti. Rispetto all'utilizzo degli effetti elettronici e digitali, guardati con sospetto nel panorama televisivo italiano, Lazarov, pur sottolineandone l'importanza, afferma che "il bagaglio umanistico, di cultura, di gusto, di sensibilità artistica, sono assolutamente necessari per riscaldare la freddezza degli effetti, per umanizzarli, per renderli più persuasivi. Gli effetti speciali, nella grafica delle sigle televisive, per esempio, dovrebbero essere utilizzate nello stesso modo con cui uno scrittore si serve delle metafore. La metafora è un momento del racconto, possono essercene una, due in una pagina, ma sicuramente nessuno si sognerebbe di scrivere solo metafore"[121]. Oltre a Lazarov, bisogna però citare alcuni progettisti grafici, che soprattutto negli anni Ottanta, sono pionieristici in questo nascente ambito progettuale, in particolar modo Mario Convertino[122] e Mario Sasso[123].

Il primo diventerà famoso per aver progettato dell'immagine complessiva di una trasmissione televisiva all'avanguardia per l'epoca, *Mister Fantasy*[124], ideata da Paolo Giaccio e Carlo Massarini, il secondo per la proficua collaborazione, durata più di vent'anni, con le reti Rai.

Queste esperienze, in particolare quella di *Mister Fantasy* trasmessa su Rai1, costituiscono una prima importante anticipazione dell'attenzione della televisione italiana verso un pubblico giovanile formato da consumatori "nel pieno delle loro potenzialità, in quanto vincolati all'affermazione della propria personalità attraverso l'uso delle merci come protesi comunicative"[125].

Scenario diverso si configura nel decennio successivo dove la videografica sarà un'area di intervento consolidata, soprattutto grazie allo sviluppo di software, i quali non solo modificano la filiera della post-produzione, ma abbassano anche notevolmente i costi di realizzazione, includendo dal punto di vista visivo tutte le novità apportate dai linguaggi multimediali. Nello stesso periodo cambia anche la terminologia con la quale si indica quest'ambito di progetto, trasformandosi nel termine inglese *motion graphics*, espressione che indentifica in modo generico la grafica in movimento.

L'altra area progettuale ideata per lo schermo e sviluppatasi soprattutto a partire dalla metà degli anni Novanta è il web design, nato con la diffusione del World Wide Web, ossia la rete mondiale che permette di navigare e usufruire di un insieme vasto di contenuti – multimediali e non – collegati tra loro attraverso link accessibili a Internet. È proprio con la nascita di questa rete che si presenta una nuova modalità di fruire contenuti e di conseguenza la necessità di renderli leggibili e interattivi all'utente. Una delle maggiori difficoltà dei progettisti, che si cimentano con il web design agli esordi, è quella di dover utilizzare modi e linguaggi della grafica cartacea tradotti su un supporto differente con dei forti limiti imposti dalle allora tecnologie di pubblicazione online: le immagini da caricare troppo 'pesanti'; formati e tipologie di file da definire; caratteristiche delle font da usare nei testi web non sempre controllabili; la disposizione della pagina vincolata dalla suddivisione in frame. Tali limiti sottolineano la necessità e l'urgenza di colmare un vuoto formale creatosi nella comunicazione dal momento in cui si inizia ad utilizzare, come supporto, lo schermo al posto della carta. Di conseguenza la confusione dell'adattamento al supporto e la limitazione tecnologica agli inizi danno vita a progetti

117 Di Marino, B., *Il segno mobile. Graphic design e comunicazione audivisiva*, Milano: Bietti, 2016

118 È stato possibile ricostruire gli strumenti utilizzati per la realizzazione delle sigle televisive negli anni Ottanta grazie alla testimonianza di Patrizia Poli Convertino, moglie di Mario Convertino, uno dei maggiori progettisti italiani occupatosi di videografica. Si vedano le interviste dell'autrice: intervista dell'autrice a Patrizia Poli Convertino, Milano 5.07.2019 e 29.07.2019, pp. 428-439.

119 Il *Quantel Paintbox* ha un effetto rivoluzionario durante gli anni Ottanta e l'inizio degli anni Novanta. Questa workstation è considerata una pietra miliare, non solo per l'azienda Quantel, ma anche per i designer creativi che lavorano in televisione, post-produzione e film. Rilasciato in commercio per la prima volta nel 1981, segna un netto cambiamento nell'industria della strumentazione digitale per la televisione e il cinema. Non solo fornisce una nuova serie di strumenti creativi istantanei, ma anche un'interfaccia utente rivoluzionaria che può essere rapidamente appresa e utilizzata da illustratori, artisti e grafici abituati a lavorare in analogico. Sul funzionamento di questa strumentazione si veda il video: *Quantel Paintobox training video*, 1994. Disponibile online: www.youtube.com/watch?v=c0aSj6PqAKA

120 Valerio Lazarov (Bârlad, 1935 – Tres Cantos, 2009) regista e produttore rumeno che dopo aver lavorato negli Stati Uniti ha introdotto in Italia effetti elettronici e digitali nella progettazione delle sigle televisive. Nel 1982 è diventato direttore di Videotime, la società di produzione televisiva del gruppo Fininvest, per cui ha prodotto diversi lavori.

121 Sala, L. (cura di), *Intervista a Valerio Lazanov*, in "Millecanali", ottobre 1985, p.76.

122 Mario Convertino (Milano, 1948-1996) è stato un progettista grafico italiano. Il suo esordio avvenuto negli anni Settanta nell'ambito dell'industria musicale, lo porta a lavorare successivamente con un nuovo ambito progettuale, la videografica, curando il programma televisivo *Mister Fantasy* (1981). La figura e il lavoro di Convertino saranno approfonditi nel capitolo *6. Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* tra i casi studio di questa ricerca.

123 Mario Sasso (Staffolo, 1934) figura poliedrica tra l'arte e il progetto grafico. Nel 1959 inizia a collaborare con la Rai, avviando un percorso di ricerca che lo porta ad affiancare alla pittura la progettazione grafica dei nuovi media elettronici della televisione.

124 *Mister Fantasy – Musica da vedere* è stato un programma televisivo andato in onda su Rai 1 dal 12 maggio 1981al 17 luglio 1984. Pensato come un rotocalco televisivo dedicato alla musica rock, è stata la prima trasmissione italiana riservata interamente ai videoclip musicali. È stata ideata da Paolo Giaccio e condotta da Carlo Massarini. Oltre a trasmettere in anteprima video musicali provenienti dall'estero, il programma produsse i videoclip di numerosi artisti italiani.

125 Cfr. Branzaglia, C., *Segnali dal video*, in "Linea grafica", 2, 1990, p. 12.

ibridi multimediali sia nella forma sia nei contenuti, fino alla simulazione di alcuni aspetti del progetto grafico cartaceo riadattato per la visualizzazione a monitor.

Tra le diverse iniziative nate per la rete web spiccano, sulla scena italiana, quelle editoriali progettate per "esistere in maniera integrata fra analogico e digitale – per lo più progetti e prototipi pensati dall'interno della comunità dei progettisti – o per veicolare online la cultura della comunicazione visiva, come la webzine *Tlön"*[126], ideata da Gianni Sinni[127] nei primi anni Novanta.

Successivamente lo sviluppo e l'introduzione di software specifici e linguaggi che non si avvalgono della scrittura HTML, come il programma Flash – sviluppato dall'azienda Macromedia nel 1996 –, hanno condotto a nuove soluzioni e a diversi livelli di interazione tra utente e pagina web. Nello specifico la tecnologia di Flash, andando incontro alle esigenze della nuova figura del web designer, gli consente di utilizzare liberamente elementi grafici vettoriali complessi in sostituzione delle immagini bitmap, responsabili dei rallentamenti della velocità di consultazione dei siti. Per di più tale programma ha permesso un ulteriore controllo delle caratteristiche delle font di titoli e testi e una maggiore dinamicità della pagina, arrivando persino a trasformare la modalità di interazione tra utente e sito. Da questo momento in poi, il web design non è più composto da 'pagine-videata'[128] statiche da sfogliare una dopo l'altra, bensì da una successione di immagini, testi, segni in movimento, progettati e organizzati in modo da fornire all'utente percorsi di navigazione differenziati e un feed-back delle azioni che sta compiendo. In effetti il web design si sta allontanando sempre più dal modello cartaceo del progetto grafico per avvicinarsi al mondo dei media televisivi e della multimedialità.

La terza area di intervento del filone 'progettare per lo schermo' è l'interaction design, ossia la progettazione per l'interazione tra gli esseri umani e i sistemi meccanici e informatici, il cui scopo è quello di rendere macchinari, servizi e sistemi usabili dagli utenti per cui sono stati ideati e progettati. Sebbene questo ambito si diffonda rapidamente con l'avvento del computer, strumento che ha necessitato di un progetto dell'interfaccia *ad hoc* per renderlo accessibile a tutti – si pensi al lavoro della Kare con la gamma di icone per il *Macintosh* – in realtà vede le sue origini negli anni Settanta[129] con gli studi condotti da alcune aziende produttrici di sistemi elettronici, come IBM, e da diverse realtà accademiche, tra le tante il *Massachusetts Institute of Technology* (MIT).

Il nuovo ambito dell'interaction design trasforma la sua identità col passare degli anni di pari passo con lo sviluppo tecnologico modificando non solo la sua prassi progettuale, ma persino i supporti con i quali interagire. Se all'inizio degli anni Ottanta si configura come il design delle interfacce dei sistemi operativi del computer o dei servizi pubblici digitalizzati, negli anni Novanta poco prima dell'avvento del

126 Dalla Mura, M., *Qualcosa che non c'è più e qualcosa che non c'è ancora: l'avvento del computer e del digitale nelle pagine di Linea grafica, 1970-2000*, in "AIS/Design Journal Storie e Ricerche", 8, ottobre 2016. Disponibile online: www.aisdesign.org/aisd/qualcosa-non-ce-piu-qualcosa-non-ce-ancora-lavvento-del-computer-del-digitale-nelle-pagine-linea-grafica-1970-2000 [14.12.2020] Si veda anche: Branzaglia, C., *L'edicola virtuale*, in "Linea grafica", 3, 1997, pp. 60-64.

127 Gianni Sinni (San Giovanni Valdarno, 1960) è un progettista grafico, fondatore dello studio fiorentino Lcd. Si occupa i progetti intermediali dalla stampa al web con particolare attenzione alla sperimentazione e alla ricerca attraverso le nuove tecnologie applicate al graphic design. La figura e il progetto della webzine *Tlön* di Sinni saranno approfonditi nel capitolo *6. Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* tra i casi studio di questa ricerca.

128 Bleu, S., *Il web animato*, in "Linea grafica", 3, 2000, p. 42.

129 Si vedano: Bonsiepe, G., *Interface. An approach to design*, Maastricht: Jan Van Eyck Akademie 1999; Meyer, R., *From Artefacts to Interfaces: Gui Bonsiepe and the Re-Definition of Industrial Design*, *c. 1970*, in "Interface Critique Journal 2", 2019, pp. 235-24.

web, si deve relazionare anche con lo sviluppo di nuovi software e neonati supporti multimediali, come l'editoria multimediale e i cd-rom. Nei primi anni Novanta questi ultimi vengono considerati come la nuova piattaforma per la distribuzione dei cosiddetti contenuti interattivi, nonostante in commercio siano ancora relativamente pochi i personal computer muniti di unità per il lettore cd. La diffusione di tale supporto è tale da immettere in circolazione diversi titoli di cd-rom disponibili interamente dedicati a progetti multimediali, si tratta per lo più di raccolte enciclopediche educative che utilizzano l'enorme capacità di archiviazione di un cd, 650 MB – al contrario di un floppy disk da 2 MB o di un tipico disco rigido di un computer da 80 MB – e che si avvalgono di diversi elementi contemporaneamente, ossia suono, testo e soprattutto immagini in movimento tramite un'interfaccia utente direttamente sullo schermo di un computer[130].

Tuttavia se la tecnologia di compressione sviluppata alla fine degli anni Ottanta ha reso il cd-rom una valida piattaforma dalla quale fornire tali contenuti, la qualità dell'immagine in movimento e del suono resta ancora vincolata e a volte ostacolata dalla velocità dei primi lettori cd.

Infine per quanto i nuovi ambiti progettuali per lo schermo sono differenti nelle modalità progettuali e in alcuni casi nelle strumentazioni, come nel caso della videografica degli anni Ottanta, o nei supporti definitivi, tutti sono sicuramente accomunati dall'aspetto multimediale che li caratterizza. Ciascuno ha utilizzano e ha fatto convivere in loro diversi linguaggi ed elementi – testi, immagini, suoni, video – provenienti da differenti media, dando vita a progetti più o meno interattivi e meticci che mettono in crisi l'egemonia della carta nella comunicazione visiva.

A rafforzare tale chiave di lettura che interpreta gli anni Ottanta, e maggiormente gli anni Novanta, come un periodo anticipatore di convivenza e contaminazione dei diversi mass media si trova l'affermazione di Giovanni Baule, direttore della rivista italiana Linea *Grafica* dal 1985 al 2008, nell'editoriale del primo numero del ventunesimo millennio: "la fase che si conclude è quella dell'unicità, o della centralità assoluta del supporto cartaceo, è una perdita di egemonia. Si apre invece la fase della convivenza di supporti diversi, forse di un antagonismo, probabilmente di un'integrazione in continuo divenire".[131]

2.3.2.2 Tipografia digitale italiana

Se finora sono state indagate le nuove aree di progetto multimediali nate per essere visualizzate sulla 'pagina schermo', adesso si analizzerà nello specifico l'ambito della tipografia digitale, figlia diretta dell'avvento del computer, come accennato nel contesto della grafica internazionale nel primo capitolo di questa ricerca, *Arriva il computer, uno strumento nuovo fra progetto e produzione*[132], in cui si rivelano quali sono le mutazioni influenti sui nuovi linguaggi grafici degli anni Ottanta e Novanta.

L'avvento del personal computer e il suo sistema di *desktop publishing* hanno avuto il merito di introdurre una nuova tipologia di caratteri tipografici, per l'appunto digitali, che come è già stato ribadito più volte oltre a essere diventati di immediato accesso per i graphic designer rendono l'ambito del disegno dei caratteri democratico per chiunque, fino alla proliferazione e alla diffusione di esperimenti tipografici iconici

130 Sullo scenario della neonata grafica multimedia italiana si veda: Bellati, N., *Nuovo design italiano*, Milano: Rizzoli, 1991.

131 Crf. Baule, G., *Il millennio di carta*, in "Linea grafica", 12-13, 2000, p. 12.

132 Si veda in particolare il sottoparagrafo 1.2.2 *L'immediata diffusione della tipografia digitale nella scrivania virtuale*, pp. 31-35.

degli anni presi in esame da questa ricerca – riferendosi in particolare ai progetti delle font di Zuzana Licko e di Neville Brody –, e alla costituzione di nuove fonderie digitali a livello internazionale.

In questo scenario così prolifeco, in cui il computer assieme ad alcune riviste sperimentali internazionali – come la britannica *Fuse* o la californiana *Emigre* – e altrettante iniziative culturali sparse soprattutto nel Nord Europa, è il responsabile della divulgazione di questo nuovo ambito progettuale, si assiste anche in Italia a un rinnovato interesse per la tipografia digitale contribuendo con la nascita di pochi ma significativi esempi alla sua diffusione.

Nonostante lo scenario tipografico italiano soffra da tempo della mancanza di progettazione e realizzazione di caratteri tipografici, così come ribadisce Piero De Macchi nel corso dell'assemblea nazionale Aiap[133], svolta a Napoli nell'ottobre 1994, si assiste all'istituzione di due fonderie digitali e al fiorire di alcune esperienze tipografiche individuali soprattutto a partire dalla metà degli anni Novanta, sottolineando ancora una volta il ritardo effettivo della rivoluzione digitale e le sue conseguenze sulla professione nel panorama del graphic design italiano.

Ciò che avviene è la riscoperta, da parte di una generazione di grafici e sull'onda degli esempi internazionali, della progettazione tipografica attraverso la realizzazione di font sperimentali e dell'agevolazione apportata dal computer nel disegno dei tipi. Come affermano Mario Piazza e la Sfligiotti "il territorio del type design viene occupato in maniera anarchica e vitale da persone che non sentono di doversi confrontare con una tradizione, né per contrastarla, né per continuarla. Gli unici punti di riferimento sono all'estero"[134].

Nello specifico le due realtà tipografiche italiane a cui si fa riferimento sono *Design Lab* – primo caso in Italia di produzione e distribuzione dei caratteri – fondata nel 1993 dal progettista italiano Sebastiano Cossia Castiglioni[135] e dalla type designer americana Jane Patterson[136], e *Fontology*[137], fonderia modenese legata alla casa editrice Happy Books e istituita da due giovanissimi disegnatori di caratteri, Fabrizio Schiavi[138] e Alessio Leonardi[139] in concomitanza con l'uscita del primo numero della rivista sperimentale *Climax*[140], pubblicata sempre a Modena da Happy Books.

Nel caso della fonderia *Design Lab*, che si inserisce nel contesto milanese provando a competere con la sede italiana di *FontShop International* – fonderia digitale fondata nel 1990 da Joan ed Erik Spiekermann – si percepisce la volontà di riattivare "una politica nostrana nel settore"[141] decidendo da un lato di acquisire digitalmente e commercializzare le serie di font progettate da Umberto Fenocchio oppure di riprendere quelle di Giovanni Mardesteig, dall'altro però di produrre e distribuire sia caratteri di type designer emergenti, come Maurizio Osti, Sinni e la stessa Patterson, sia tipografia effimera e più sperimentale.

Invece per quanto riguarda l'esperienza della fonderia modenese *Fontology* – maggiormente approfondita più avanti nella trattazione di questa ricerca – è chiara la preferenza a sostenere type designer giovanissimi connotati da un atteggiamento verso la tipografica digitale molto simile a quello degli esempi internazionali, non è un caso infatti che nelle pagine della rivista *Fuse* sia riportato nel 1994 l'alfabeto *Trade 01*[142] di Schiavi. Inoltre Leonardi – l'altro co-fondatore della realtà modenese – essendo immigrato negli 1990 a Berlino ha uno sguardo più attento soprattutto allo scenario internazionale, condividendone persino la propensione a una maggiore sperimentazione tipografica.

L'esperienza di Schiavi e Leonardi non si limita solo alla produzione di caratteri sperimentali, ma contribuisce anche alla realizzazione di diverse font istituzionali per le aziende, un campo fino ad allora poco praticato in Italia, aprendo così la strada ad altri progettisti che daranno vita a interessanti vicende individuali. Tra queste è importante citare le esperienze di Mauro Carichini[143] e Claudio Piccinini[144], entrambi pubblicati su cataloghi internazionali corrispettivamente *Emigre* e *Linotype Library*, oppure quelle di Bologna e Massimo Pitis[145], fino ad arrivare alle vicende della Morcella legate alla diffusione della tipografia digitale nei mercati di nicchia quali la musica indipendente, l'editoria giovanile e i night club.

Inoltre l'impiego dei caratteri delle nuove generazioni in diversi ambiti della comunicazione visiva sottolinea come questi siano capaci di rispondere alla necessità di integrazione tra la molteplicità di supporti introdotti dalla strumentazione digitale,

133 Branzaglia, C., *Caratteri e stile*, in "Linea grafica", 2, 1995, pp. 44-55.

134 Cfr. Piazza, M., Sfligiotti, S., *Dopo Novarese. Il disegno dei caratteri contemporaneo in Italia*, in AA.VV., *Italic 1.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap, 2002, p. 12.

135 Sebastiano Cossia Castiglioni (Milano, 1966) fondatore nel 1993 con la type designer americana Jane Patterson della prima fonderia digitale milanese Design Lab SRL. Design Lab è stato un esempio per lo scenario tipografico italiano negli anni Novanta raccogliendo nella propria libreria i progetti tipografici di alcuni dei protagonisti che saranno trattati in questa ricerca come casi studio degli anni presi in analisi, come ad esempio Gianni Sinni.

136 Jane Patterson è una progettista grafica e artista americana che a metà degli anni Ottanta durante i suoi studi universitari vede crescere assieme al suo interesse per i caratteri tipografici anche quello per il Macintosh. Questa sua curiosità verso il *desktop design* la porterà a frequentare un master in Computer grafica all'istituto Visual Art di New York. A seguire avvia la sua professione come type designer e inizia a lavorare da Font Bureau Corporation di Boston, dove collabora con Erik Spiekermann, Neville Brody e Summer Stone. Nel 1993 si trasferisce in Italia e le viene affidato il ridisegno dei caratteri della "Gazzetta Ufficiale del Parlamento Italiano". Dopo questa esperienza fonda con Sebastiano Cossa Castiglioni la fonderia Design Lab.

137 L'apporto alla diffusione della tipografia digitale della fonderia Fontology sarà approfondita nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* come caso studio.

138 Fabrizio Schiavi (Ponte dell'Olio, 1971) è stato uno dei più importanti e giovani type designer italiani che contribuì alla diffusione della tipografia digitale in Italia negli anni Novanta e primi del Duemila.

139 Alessio Leonardi (Firenze, 1965) graphic e type designer italiano immigrato a Berlino nel 1990. Inizia la sua carriera di progettista presso lo studio MetaDesign di Erik Spiekermann. Negli anni Novanta è attivo nella scena europea nella diffusione della cultura tipografica digitale.

140 Le vicende della rivista di grafica sperimentale *Climax* sarà approfondita nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* come caso studio.

141 Cfr. Branzaglia, C., *Caratteri...*, p. 44.

142 Ibidem.

143 Mauro Carichini (Rimini, 1965) progettista grafico attivo nello scenario italiano a partire dagli anni Novanta, si occupa soprattutto di grafica editoriale e tipografia. Agli inizi degli anni Duemila fa parte della redazione di *Lettera*, inserto di grafica sulla rivista *Abitare*.

144 Claudio Piccinini (Modena, 1969) autodidatta di formazione, arriva alla tipografia per passione e curiosità. Nel 1995 disegna il carattere *Ottomat* che sarà distribuito dalla fonderia statunitense *Emigre*.

145 Massimo Pitis (Asti, 1965) progettista grafico e fondatore di alcuni studio importanti per lo scenario italiano, tra cui Vitamina, fondato nel 1995 con Aldo Buscalferri, con il quale lavora principalmente nell'ambito dell'editoria e della musica, e lo studio Pitis (2007). Dal 2000 è il curatore dei quindici numeri di *Lettera*, inserto sul graphic design della rivista *Abitare*.

adattandosi così al web, alla televisione e alla stampa cartacea.

Con la panoramica sia delle reazioni dei graphic designer italiani sia dei nuovi ambiti di progetto del graphic design, formatisi con l'avvento del personal computer e con la diffusione delle strumentazioni digitali, si conclude l'indagine dedicata alla trasformazione degli strumenti avvenuta negli anni Ottanta e Novanta con la rivoluzione digitale. Adesso resta da individuare quali sono i linguaggi visivi che accompagnano i progettisti in questo lento passaggio dall'analogico al digitale, concentrandosi soprattutto nel periodo degli 'anni del contatto', in cui l'uso della strumentazione elettronica, nello specifico la fotocopiatrice, ha caratterizzato molti progetti di questo periodo storico.

2.4 Linguaggi ibridi italiani negli 'anni del contatto': dalla fotocopia alle prime contaminazioni digitali

Riconsiderando la tematica dei processi tecnologici che si sono avvicendati nel passaggio tra la strumentazione elettronica e quella digitale – accennata già nel primo capitolo della ricerca – è giunto il momento di soffermarsi in particolare sull'analisi delle caratteristiche formali introdotte *in primis* dalla fotocopiatrice nei linguaggi sviluppatisi negli 'anni del contatto' del graphic design italiano, per poi prendere in considerazione quali sono invece le primissime contaminazioni digitali nelle espressioni grafiche italiane.

Come già anticipato nel primo capitolo tra i tanti aspetti innovativi apportati dall'uso della fotocopiatrice, oltre alla velocizzazione della preparazione di bozze progettuali molti simili agli esecutivi finali – fattore che di fatto influenza sia i tempi di ideazione sia quelli di realizzazione dei progetti –, si riscontra anche la nascita di linguaggi ibridi e sperimentali peculiari della produzione grafica italiana.

In Italia uno dei massimi osservatori del fenomeno della diffusione dei linguaggi della xerografia è sicuramente Carlo Branzaglia che ha dedicato a questa tematica diversi articoli pubblicati specificatamente sulla rivista di settore *Linea Grafica*[146] e un intero volume dal titolo *Fotocopie. L'uso creativo della fotocopiatrice nella comunicazione visiva*[147].

Per comprendere quali siano le ragioni dell'interessamento dei graphic designer italiani a questa strumentazione elettronica si prende in considerazione la teoria di Baule, secondo il quale, il significativo uso della fotocopia nella grafica italiana dipende in un certo senso dall'anticipazione di qualche anno "delle pratiche dell'elaborazione o ri-elaborazione delle immagini"[148], pratiche introdotte successivamente dall'avvento del personal computer e dai software dedicati esclusivamente a questo tipo di operazione. Difatti la riproduzione xerografica permette di manipolare direttamente l'immagine con la macchina, trasformandola più e più volte attraverso diversi semplici passaggi, fino a dare vita a segni inediti e a fornire un variegato campo di sperimentazione di ricerca visiva.

Inoltre a tale motivazione se ne aggiungono altre due, la prima relativa alla facile reperibilità della macchina fotocopiatrice – effettivamente non è difficile ricorrere a essa data la sua diffusione nei centri copie presenti in qualsiasi agglomerato urbano – e la seconda riguarda l'accessibilità economica, poiché i prezzi risultano decisamente contenuti rispetto all'eccessivo costo dei primi computer, facilitando così tra i progettisti grafici la preferenza di acquisto della strumentazione elettronica a quella digitale e determinandone la sua diffusione. Tuttavia dalla testimonianza di Lodovico Gualzetti[149] viene messo in luce quanto sia altrettanto vero che il suo costo non è sempre così competitivo rispetto ai macchinari fotomeccanici come la reprocamera, soprattutto se si considerano la sofisticazione degli strumenti e le loro prestazioni di qualità più elevata. Quindi, anche in questi casi, la diffusione della fotocopiatrice potrebbe essere circoscritta a realtà progettuali dalle dimensioni medio-grandi.

Contrariamente alla teoria di Baule, Branzaglia è invece convinto che la diffusione del linguaggio della fotocopia sia il frutto in realtà di "una sensibilità nuova, decisamente contemporanea, aperta non solo alla contaminazione, ma all'interscambio vero e proprio di patrimoni visivi che trova nel 'riuso delle immagini' uno dei suoi momenti salienti"[150], un atteggiamento tipico della grafica postmodernista e pre-digitale spiccatamente britannica che si avvale appunto della sovrapposizione delle tecniche e della contaminazione, approccio a sua volta potenziato e assimilato dopo dall'uso computer e diffuso maggiormente dalla grafica digitale.

Provando a tracciare un *excursus* cronologico dell'impiego della fotocopia come linguaggio nella grafica italiana – tenendo fuori da questa analisi Bruno Munari a cui lo stesso Branzaglia[151] riconduce la paternità dei primissimi utilizzi sperimentali di questa tecnica all'inizio degli anni Sessanta[152] – si trovano inediti impieghi muovendosi in un campo che va dall'editoria discografica alla stagione della Pubblica Utilità, dall'editoria underground e indipendente all'immagine coordinata a partire soprattutto dalla fine degli anni Settanta. In questo periodo storico diversi graphic designer e illustratori, da un lato influenzati nello specifico dalla cultura visiva punk britannica, e dall'altro costretti a volte a economizzare nella realizzazione di produzioni editoriali nell'ambito di realtà indipendenti e non istituzionali – come nel caso della rivista *Frigidaire* –, preferiscono l'uso dell'immagine xerografica come linguaggio perché in grado di trasmettere determinati caratteristiche, quali l'imperfezione dell'immagine riprodotta e in un certo qual modo anche la resa artigianale, sebbene dietro l'uso di questa tecnica sottende un precisa volontà progettuale non certamente dettata dal caso. Inoltre sempre Branzaglia sostiene che l'estetica della fotocopia sfrutta dal punto di vista tecnico una caratteristica fondamentale dell'immagine stessa, ossia il suo essere 'graficità' che a differenza della fotografia non raffigura "l'immagine di un oggetto, ma è solo ed esclusivamente immagine"[153].

Come esempi rappresentativi dell'utilizzo della fotocopia come espressione visiva si riscontra un certo interesse soprattutto nel settore della stampa underground che attraverso questa tecnica di riproduzione, oltre a evidenziare il taglio tipologico di fanzine del progetto editoriale, restituisce spesso un aspetto grafico dimesso e affrettato mediante le deformazioni ottiche ottenute col movimento e le imperfezioni proprie della copia. Ad avvalorare l'uso della fotocopia specificatamente impiegata in certi ambiti c'è la

146 Si vedano: Branzaglia, C., *La copia come ricerca*, in "Linea grafica", 5, 1987, 42-49; Branzaglia, C., *La copia e l'elettronica*, in "Linea grafica", 2, 1988, pp. 44-51; Branzaglia, C., *La grafica in copia*, in "Linea grafica", 5, 1988, pp. 34-43.

147 Branzaglia, C., *Fotocopie. L'uso creativo della fotocopiatrice nella comunicazione visiva*, Milano: Azzurra Editore, 1994.

148 Cfr. Baule, G., *Oltre la copia*, in "Linea grafica", 3, 1994,p. 52.

149 Intervista dell'autrice a Gualzetti, pp. 468-473.

150 Cfr. Branzaglia, C., *La grafica*..., p. 34.

151 Branzaglia, C., *La copia come*..., p. 42.

152 Su Bruno Munari e l'uso pioneristico della xerografia si vedano: Munari, B., *Xerografia. Documentazione sull'uso creativo delle macchine Rank Xerox*, Rank Xeros 1970; Munari, B., *Xerografie originali*, Mantova: Corraini Edizioni, 2007.

153 Cfr. Branzaglia, C., *La grafica*..., p. 34.

testimonianza di Piazza che racconta di aver realizzato “una specie di fanzine, cioè una specie di rassegna stampa tutta fotocopiata sul ritaglio delle cose: si chiamava Fisime”[154], progetto da lui indicato con l’aggettivo meta-progettuale.

Ulteriori caratteristiche delle immagini fotostatiche, individuate nei lavori di alcuni progettisti italiani soprattutto nei primissimi anni Ottanta – per esempio Francesco Messina o Giacomo Spazio –, sono lo sgranamento dei contorni degli elementi visivi, l’effetto mosso, i forti contrasti derivati soprattutto dai bianchi e i neri xerografici – facendo riferimento alla copertina del disco *Azimut* di Alice progettato da Messina –, la texture ‘grumosa’ e materica. Inoltre il processo della riproduzione elettrostatica con le sue specificità tecniche rafforza i toni eliminando le mezzatinte dalle immagini.

Riprendendo le fila dell’*excursus* temporale sono proprio i primissimi anni Ottanta a costituire un terreno così fertile per la propagazione dell’immagine fotostatica, influenzati in parte dall’atmosfera culturale New Wave tipica di questo periodo che raggiunge persino l’Italia e si diffonde in diversi ambiti soprattutto quello musicale e della moda, diventando testimoni dell’adozione del linguaggio della fotocopia per conto di alcuni graphic designer, identificati nello specifico come ‘generazione di mezzo’[155]. Oltre a qualcuno già citato vale la pena menzionare inoltre le esperienze di Giovanni Tommaso Garattoni, che si serve della fotocopiatrice per “ottenere ‘effetti speciali’ a basso costo e in tempi brevi”[156], per riutilizzare tali tipologie di distorsioni successivamente anche a livello del lettering, oppure quelle delle Studio Tapiro di Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung, impiegate soprattutto nei progetti commissionati da enti e istituzioni pubbliche come la Biennale di Venezia. In quest’ultimo caso la necessità di impiegare la fotocopiatrice come strumentazione di riproduzione delle immagini si muove su un duplice registro, da una parte l’esigenza di essere il più possibile flessibili nell’elaborazione in tempi brevi di situazioni comunicative assai differenziate, quante ne può richiedere l’attività di un ente pubblico, e dall’altra la necessità stilistica di far trasparire il linguaggio stratificato della macchina sullo sfondo progettuale. Difatti le immagini all’interno dei manifesti per gli eventi della Biennale spesso restituiscono una sensazione scenografica tridimensionale ricavata proprio dalle operazioni di taglio, sovrapposizione, cucito e ingrandimento che si effettuano sull’immagine fotostatica.

Un’altra testimonianza fondamentale sull’utilizzo frequente della fotocopia come linguaggio visivo nello scenario grafico italiano si trova nei lavori di Messina, in particolare quelli realizzati in ambito musicale per gli album del musicista Franco Battiato, in cui è evidente ancora una volta la stratificazione degli interventi tecnologici impiegati per unificare la figura allo sfondo ottenendo un prodotto semidefinitivo destinato ad essere successivamente corretto al computer. Infatti lo stesso Messina[157] racconta come il suo primissimo approccio alla tecnologia digitale sia stata principalmente di supporto a ciò che lui realizzava ancora con altre strumentazioni o in maniera analogica, in modo tale da rendere sempre più ibrido non solo il procedimento di realizzazione, ma lo stesso linguaggio visivo ideato. Tra i diversi strumenti menzionati da Messina, strumentali ad apportare migliorie tecniche agli elaborati realizzati con la fotocopiatrice, si annovera l’Omnicrom[158], un macchinario che permette di colorare i neri dell’immagine fotostatica tramite l’applicazione e il successivo fissaggio di carte speciali disponibili in sessanta tonalità. A questo punto la fotocopiatrice e gli strumenti accessori diventano in grado di farsi carico di diverse operazioni manuali, costituendo inoltre un passaggio di sintesi tra fotografia/fotocomposizione ed elaborazione digitale col computer, sfruttando in maniera particolare la rapidità, la ‘povertà’ e l’infedeltà di restituzione dell’immagine originale.

Nel mentre, contemporaneamente alla diffusione del linguaggio dell’immagine xerografica, con l’avvento del personal computer si assiste alla nascita di espressioni visive ibride condizionate soprattutto dalle tecniche di realizzazione ancora imperfette e spesso mescolate con quelle già esistenti. Questi nuovi linguaggi sono ideati e sviluppati specificatamente in zone di contatto e contaminazione sia tra diversi settori disciplinari – per esempio il graphic design e la videoarte – sia tra differenti media come la televisione e la stampa, generando inediti terreni fertili di sperimentazione per la neonata grafica digitale italiana. Infatti la nascita di queste espressioni visive ibride, derivate dalla coesistenza di diverse tecniche e saperi, va collocata, secondo Vittorio Fagone[159], più specificatamente in quella fase emergente tipica degli anni Ottanta definita come “terza cultura”[160], ossia ciò che dovrebbe colmare lo scarto tra le due macro-culture predominanti, umanistica e scientifica – definite come tali da Charles Snow[161] in un suo saggio –. Parlando delle ‘due culture’, Fagone afferma: “Per fortuna esiste anche oggi, e con queste due si fronteggia, una ‘terza cultura’, quella elettronica e digitale, dove ingegneri, matematici, informatici, architetti, musicisti e artisti (o se si vuole, ‘operatori visivi’), grafici, convivono e lavorano insieme, scambiandosi spesso se non ruoli, modelli e obiettivi”[162].

Uno dei primi aspetti che bisogna prendere in considerazione per l’analisi dello sviluppo di questi linguaggi ibridi neodigitali è il problema del rapporto dei progettisti con la variazione dei supporti, ossia con il monitor del computer, problematica che rientra nel campo più vasto delle logiche di adattamento del computer stesso agli altri supporti preesistenti. Spesso la difficoltà di adeguamento dei graphic designer risiede nel dare forma alle proprie idee attraverso modalità fino ad allora poco conosciute oppure nell’immaginarsi un determinato risultato che nella resa a schermo appare differente rispetto alla sua restituzione stampata, generando così sentimenti di insoddisfazione verso le nuove tecnologie.

Tuttavia queste problematicità e il fattore di incertezza del risultato finale spinge alcuni progettisti a cimentarsi e a esplorare con maggiore inventiva le potenzialità della strumentazione digitale a tal punto da generare nuove ipotesi estetiche di collaborazione fra diverse forme espressive, come l’esempio dei lavori condotti da Mario Convertino e Mario Sasso nel nuovo ambito progettuale della videografica oppure dei computer fumetti dei Giovanotti Mondani Meccanici – da ora in poi saranno indicati con la sigla GMM –. In particolare nei lavori di questi professionisti è evidente la compresenza

154 Intervista dell’autrice a Mario Piazza, Milano 05.07.2019, pp. 550-553.

155 L’individuazione della fotocopia come linguaggio ibrido e al contempo sperimentale, espressione tipica di alcuni progettisti grafici degli anni Ottanta, è emersa nelle testimonianze raccolte dall’autrice: intervista a Carlo Branzaglia, Bologna 19.07.2019; intervista a Francesco Messina, Tricesimo 06.04.2019; intervista a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019; intervista a Mario Piazza, Milano 05.07.2019.

156 Cfr. Branzaglia, C., *La grafica*..., p. 38.

157 Si veda l’intervista dell’autrice a Francesca Messina, Tricesimo 06.04.2019, pp. 508-515.

158 Per comprendere il funzionamento dell’Omnicrom si visioni il seguente video: www.youtube.com/watch?v=G0lens25VCo

159 Vittorio Fagone (Floridia SR, 1933 – Milano, 2018) è stato un critico d’arte. Negli anni Novanta si è occupato dell’indagine dello scenario della videoarte e delle immagini visive in relazione alle nuove strumentazioni tecnologiche. Si veda: Fagone, V., *L’immagine video. Arti visuali e nuovi media elettronici*, Milano: Feltrinelli, 1990.

160 Cfr. Bazzichelli, T., *Networking. La rete come arte,* Milano: Costa & Nolan, 2006, p. 97.

161 Snow, C., *Le due culture*, Milano: Feltrinelli, 1970.

162 Cfr. Fagone, V., *Sintetiche e sofisticate*, in “Video Magazine”, 51-52, 1986, p. 90.

di aspetti visivi “apparentemente rozzi e primitivi”[163] dei bitmap digitali, generati dai primi personal computer, con immagini video ad alta definizione, come nella sigla del programma televisivo *Mister Fantasy* di Convertino, in cui il tratto grafico della mosca mette proprio in evidenzia la tipica scalettatura dei segni vettoriali disegnati a computer sovrapponendosi alla nitidezza dell’immagine televisiva.

Diversamente nel caso del computer fumetto dei GMM l’aspetto grafico acerbo e molto grossolano rispecchia non solo le caratteristiche tecniche poco avanzate dei primi personal computer, ma anche l’espediente tecnico impiegato dal collettivo fiorentino per la sua realizzazione. Infatti la modalità con la quale creano questi fumetti digitali è molto particolare, perché collegano il computer con uno schermo in bianco e nero a un televisore, così da poter vedere le immagini a colori e poi, in mancanza di stampanti a colori, fotografano lo schermo del televisore stesso. Infine dalla restituzione fotografica delle immagini video si ricavano raffigurazioni un po’ bombate, che ripropongono la tipica curvatura dei televisori dell’epoca, ragione per cui la qualità delle immagini originali è bassissima. I GMM hanno avuto la capacità di sfruttare al massimo un approccio ideato veramente dal basso. Ovviamente il procedimento dello sviluppo dei computer fumetti non termina con queste fasi, ma ce ne sono altre che saranno maggiormente approfondite nel sesto capitolo.

Un ulteriore caratteristica dei linguaggi ibridi – riscontrata anche in diversi lavori dei GMM – è l’uso di colori vibranti, spesso dai toni accesi, in opposizione con lo sfondo nero che in alcuni casi ricordano i contrasti cromatici delle ambientazioni dei videogame.

Per concludere la compresenza di linguaggi video o di alcuni aspetti tipici della grafica a monitor sarà riportata anche nei progetti ideati esclusivamente per stampa, come alcuni manifesti progettati da Giorgio Camuffo per gli eventi culturali di Palazzo Fortuny a Venezia o da Alessandra Morcella per l’identità dei nightclub della riviera romagnola, esempi in cui convivono segni vettoriali dai contorni poco delineati con caratteri graziati su sfondi composti da più livelli.

Ciò che emerge da questa prima e breve analisi degli approcci visivi dei progettisti protagonisti delle vicende del graphic design italiano tra gli anni Ottanta e Novanta sarà approfondito maggiormente nei successivi capitoli, ma prima dell’individuazione dei casi studio e la loro descrizione è necessario esaminare quali sono stati i luoghi del dibattito del cambiamento in Italia, partendo dalla disamina delle riviste di settore e degli eventi culturali che hanno avuto il merito di aver introdotto nella penisola esempi di approcci progettuali internazionali strettamente correlati all’uso della strumentazione digitale, ampliando così gli orizzonti della discussione. Inoltre questo tipo di indagine è utile per comprendere da una parte la tipologia di confronti che si sono creati e dall’altra qual è stata l’effettiva trasformazione dello scenario italiano soprattutto negli approcci e nei linguaggi adottati, dato che le mutazioni in atto in quegli anni hanno avuto anche una profonda ripercussione sulla grafica dal punto di vista estetico e stilistico e non solo della professione.

163 Cfr. Antonio Glessi, in Tondelli, P. V., *Un weekend postmoderno. Cronache degli anni Ottanta*, Milano: Bompiani, 2014, p. 208.

3.

Un cambio di prospettiva: le riflessioni e le risposte della comunità dei grafici

Per ricostruire e comprendere il graphic design italiano negli anni dell'introduzione e della diffusione del computer è necessario considerare come la comunità grafica ha recepito e discusso le nuove tecnologie. Per provare a cogliere ciò, il capitolo esamina da un lato le più significative riviste di settore e dall'altro alcune istituzioni e mostre che hanno avuto un ruolo specifico nella diffusione della cultura progettuale in relazione alla transizione tecnologica.

In primo luogo, infatti, i periodici presi in esame consentono di comprendere quali riflessioni si stanno conducendo negli ultimi due decenni del secolo scorso e alle quali la comunità dei progettisti grafici italiani cerca di dare delle risposte. Tra le testate prese in considerazione, le storiche *Linea Grafica* (1946-2007) e *Graphicus. Rassegna mensile del progresso grafico* (1920-2017) e quelle direttamente promosse e pubblicate dall'Aiap, come *Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia* (1985-1995), i due bollettini interni dell'associazione *Quaderni Aiap* (1983-1990) e *Notizie Aiap* (1991-2001) e quello della delegazione Aiap Lazio, *Ugo* (1993-1994).

Il quadro fornito da queste pubblicazioni è a volte frammentario e spesso incapace di fornire un apporto significativo come è accaduto altrove in quegli anni. Difatti l'atteggiamento preponderante rispetto alle tematiche introdotte dal digitale è quasi silente, sintomatico di una sorta di inavvertenza del fenomeno in atto, che appare poco dibattuto laddove ci dovrebbero essere spazi di confronto. In aggiunta quello che si percepisce, soprattutto in diversi articoli delle riviste, è un comportamento contraddittorio rispetto alle nuove tecnologie che spesso evidenzia un lato molto

conservatore del panorama grafico italiano.
Nello specifico, negli editoriali di *Linea grafica* si avverte sovente il crescente timore sullo stato della grafica italiana, proprio nel momento in cui la disciplina si sta ampliando includendo nuove figure professionali, neonati ambiti progettuali e una pluralità di approcci fino ad allora non registrati appunto nelle pagine della rivista stessa. Di contro si riscontra il timido svilupparsi di un interesse verso le tematiche del digitale solo a partire dalla metà degli anni Novanta, quando oramai il computer fa sempre più parte della professione e dei suoi ambienti ed è necessario occuparsi di altre questioni preponderanti come l'avanzata del web design e dei progetti multimediali. Un atteggiamento che accomuna questa produzione editoriale caratteristico della scena grafica italiana.

Parallelamente all'analisi dei periodici di settore si cerca anche di comprendere qual è il ruolo dell'Aiap nella propagazione delle tematiche inerenti alla trasformazione in atto, l'unica associazione italiana tutelante della disciplina del graphic design, non solo attraverso l'indagine delle sue pubblicazioni, ma anche cercando di individuare quali sono state le iniziative per monitorare lo scenario nazionale. In realtà, l'unica iniziativa, solo parzialmente documentata all'interno del Centro di documentazione sul progetto grafico e strettamente connessa alla delegazione Aiap Lombardia, è il convegno *Il progetto digitale. La progettazione di comunicazione visiva e lo strumento informatico* (1995), organizzato in seguito alla raccolta degli esiti di un questionario distribuito ai soci dell'area lombarda. Seppure non sia stato possibile reperire le risposte della comunità coinvolta per mancanza di fonti, dagli atti del convegno emerge principalmente un comunità di progettisti divida tra i timorosi e gli entusiasti verso il digitale. Nonostante le testimonianze riportate da alcuni designer ospiti del convegno, come Sebastiano Cossia Castiglioni fondatore di una delle prime fonderie tipografiche digitali[1], molti dei progettisti grafici italiani non sono ancora in grado di comprende l'ineluttabilità della diffusione sempre più massiccia del computer nel mondo della grafica.

Quindi se né le riviste né l'Aiap non sono state in grado di costituire un luogo adatto per il dibattito, l'analisi condotta cerca di capire quali sono gli altri spazi che, tentando di promuovere la cultura progettuale contemporanea, svolgono una serie di iniziative significative. In particolar modo si fa riferimento alle mostre e agli eventi organizzati a Venezia da Giorgio Camuffo con la consolidata collaborazione del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny e dell'Assessorato alla Cultura e allo spettacolo di Venezia, *Pacific Wave. Californian Graphic Design (27.09-27.12.1987), Fortuny Graphic* (1987 e 1995), *Zuppa digitale* (1996 e 1999) e *Carson in Italia (1997*), e alla mostra organizzata a Roma da Andrea Rauch, *Quattro stelle. Graphic design in Europa (18.10-22.11.1993).* Queste permettono da una parte di mettere in relazione una serie di eventi e figure che contribuiscono alla diffusione del progetto grafico contemporaneo in Italia e dall'altra di sottolineare la necessità di colmare un vuoto culturale nell'ambito del graphic design tipico degli anni Ottanta e Novanta.

3.1 Il silenzio-assenso delle riviste di settore italiane sull'avvento e la presenza del computer

Per poter ricostruire sia le vicende della grafica italiana tra la prima metà gli anni Ottanta e gli anni Novanta – periodo in cui è introdotta la strumentazione digitale nell'ambito del graphic design –, sia le riflessioni che si stanno conducendo in quel momento e alle quali la comunità dei progettisti grafici italiani cerca di dare delle risposte, è necessario confrontare e mettere in relazione gli articoli, spesso frammentari, che esplorano tali questioni nelle principali riviste di settore nazionali.

I periodici presi in esame costituiscono le principali fonti primarie e la scelta privilegia, considerato l'argomento della ricerca, soprattutto riviste e notiziari che si occupano di graphic design trattando aspetti sia tecnici sia storico-critici. In particolare si fa riferimento alle testate storiche *Linea Grafica* (1946-2007) e *Graphicus. Rassegna mensile del progresso grafico* (1920-2017) e a quelle direttamente edite dall'Aiap, come *Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia* (1985-1995), i due periodici interni dell'associazione *Quaderni Aiap (1983-1990)*[2], trimestrale di immagine, comunicazione e tecnica grafica, e *Notizie Aiap (1991-2001)*[3], bimestrale della medesima associazione che sostituisce la testata precedente e, per ultimo, il bollettino della delegazione Aiap Lazio, *Ugo (1993-1994)*[4].

Lo spoglio di queste riviste mette in luce diversi aspetti che verranno affrontati singolarmente nei prossimi paragrafi e fa emergere un atteggiamento in parte silente rispetto al dibattito internazionale in corso in quel periodo, come se non sia necessario discutere del cambiamento in atto poiché non se ne senta l'esigenza o semplicemente perché i protagonisti di questa storia, i progettisti grafici attivi in quegli anni, "non si sentono presi in considerazione dalle testate di settore"[5]. Questo sentore diffuso tra i grafici sicuramente ha radici più profonde nella cultura del graphic design italiano, evidenziando ancor più da un lato la scarsità di luoghi in cui è possibile confrontarsi – viene da chiedersi a questo punto se le riviste vengano percepite da tutti in egual modo, ossia come spazi in cui è plausibile aprire una discussione –, e dall'altro la necessità sempre più impellente di avere dei corsi universitari dedicati a questa disciplina.

L'assenza parziale o totale all'interno delle testate italiane di un confronto sulle questioni delle trasformazioni in atto con lo sviluppo della dimensione e degli strumenti digitali evidenzia nei paragrafi successivi la presa di coscienza tardiva del cambiamento che avviene in Italia soltanto sul finire degli anni Novanta, in ritardo rispetto ai Paesi nordeuropei e americani.

Emergerà spesso negli articoli presi in analisi la posizione di molti autori degli articoli contenuti nelle riviste esaminate che descrive i grafici italiani soltanto come dei testimoni passivi del periodo di transizione, apparentemente incapaci di una critica

1 Si veda: Segreteria Aiap, *Il progetto grafico, relazione convegno*, Milano, 1995 [Archivio Cdpg].

2 *Quaderni Aiap* succede quasi un decennio dopo al bollettino semestrale/quadrimestrale dell'associazione intitolato *Poliedro* (1962-1968), al cui interno si affrontano le questioni relative alla professione dei progettisti grafici e dei progettisti pubblicitari in Italia. Nel numero 4 del 1967 viene pubblicato un articolo di Dr. Helmut Flohr, I ruolo dei calcolatori nelle comunicazioni visive (in "Poliedro", 4, 1967, 21-26) che si interroga sulle possibilità di impiego degli strumenti elettronici nell'ambito delle arti grafiche e delle comunicazioni visive in generale. Questo risulta essere uno dei primi tentativi in Italia di discussione sui cambiamenti delle strumentazioni e la loro influenza sulla professione.

3 *Notizie Aiap* è un bollettino bimestrale che nasce dalle ceneri della precedente pubblicazione *Quaderni Aiap* e che darà vita, sotto la presidenza di Mario Piazza, alla rivista *Progetto grafico* nel 2001, una testata più strutturata con l'obiettivo di monitorare il panorama progettuale sia italiano che estero e di diffondere la disciplina del graphic design in Italia.

4 *Ugo* è stato il bollettino mensile pubblicato dalla delegazione Aiap Lazio da gennaio 1993 a settembre 1994 per volere di 15 firmatari, tra i quali Adriano Bartolucci Proietti, Ezio Bocci, Massimo Brillo, Bruno Bucci, Chiara Caproni, Raffaele Cervasio, Claudia Ciarlantini, Giuseppe De Gregori, Cristiana Giovannini, Renato Quinto, Mauro Zennaro. Si veda: intervista telefonica dell'autrice a Maria Chiara Caproni, 06.07.2020.

5 Il sentimento è emerso diverse volte nelle testimonianze orali raccolte dall'autrice. Si vedano: intervista telefonica a Giacomo Callo, 28.05.2020; intervista a Alessandro Jumbo Manfredini, Venezia 27.07.2019; intervista skype a Graziano Mannu, 21.05.2020; intervista skype a Sergio Virginio Menichelli, 9.04.2020.

consapevole e ragionata, perché troppo coinvolti e prossimi a quanto sta accadendo[6].

Inoltre sarà evidente, soprattutto in *Graphicus*, la più tecnica fra le riviste esaminate, un altro aspetto fondamentale per comprendere i passaggi di questa trasformazione, ossia come la strumentazione elettronica e digitale sia utilizzata prima dai disegnatori di caratteri e dalle tipografie e poi dai progettisti grafici, e di conseguenza come l'ambito della progettazione e della produzione dei tipi tipografici abbia subito una rivoluzione anticipata rispetto all'elaborazione e al trattamento delle immagini con il computer. Una particolarità già emersa nelle riviste internazionali trattate nel primo capitolo.

3.1.1 *Linea grafica* e la presenza controversa del digitale (1984-2000)

Linea grafica (1946-2007) fra le più longeve e importanti testate italiane nell'ambito del graphic design per quasi sessant'anni ha registrato quanto è accaduto nell'ambito del progetto grafico. Dagli interlocutori iniziali, i tipografi-progettisti che lavorano nell'officina tipografica e che dovrebbero coniugare tecnica ed estetica, ideazione e produzione del progetto, dagli anni Sessanta inizia a rivolgersi in primo luogo ai "grafici delle agenzie, degli uffici pubblicità, delle direzioni artistiche editoriali, degli studi privati e industriali"[7], figure operative all'esterno del mondo dell'officina tipografica con la quale, se mai, "si confrontavano in veste di clienti"[8]. Questo cambio di rotta porta la rivista a prendere le distanze dagli interessi dell'industria della stampa per seguire più da vicino le discipline che vengono affermandosi nell'ambito del progetto grafico, considerato ora come strumento di comunicazione di massa. Proprio nell'ottica di essere stata testimone dei cambiamenti della disciplina è stato fondamentale il suo spoglio per delineare le questioni che si profilano nell'ambito progettuale con l'introduzione della strumentazione digitale.

Va inoltre specificato che nei primi anni presi in esame la rivista attraversa una fase di incertezza e transizione, che si risolve nel 1985 con il suo rilancio da parte di un diverso gruppo redazionale, una nuova casa editrice – Azzurra Editrice – e un nuovo direttore responsabile, Vando Pagliardini[9], al quale si affianca Giovanni Baule[10], prima come co-direttore e successivamente come direttore.

Con la nuova direzione si nota fin da subito la duplice "necessità di riallacciarsi da un lato alla tradizione della rivista come campo di informazione e di elaborazione critica, dall'altro di inserire la grafica come ambito della comunicazione visiva"[11] dove si incontrano e si scontrano nuovi ambiti progettuali, che nascono o sono in espansione con l'avvento delle nuove tecnologie.

Inizialmente, prima del cambio di direzione ma anche nei primissimi numeri successivi al 1985, attraverso la pubblicazione sia dei numerosi editoriali sia delle diverse sezioni di segnalazioni e di rassegne *Linea grafica* sembra essere impegnata in un'opera di 'sponsorizzazione' commerciale del computer come strumento a disposizione del progettista, illustrandone tutte le possibili potenzialità e focalizzandosi soprattutto sulla genesi del neonato ambito progettuale che gli autori della rivista identificano come computergrafica o 'immagine computerizzata'. A testimoniare questa tendenza, per esempio, nel 1983 viene pubblicato un articolo intitolato *La grafica e il computer* di Luca Raffaeli[12], interamente dedicato all'attività dell'azienda romana Schema, che definisce il calcolatore – questo è il termine utilizzato in Italia prima dell'adozione di personal computer – come qualcosa di rivoluzionario, soffermandosi soprattutto sulle sue ripercussioni nel campo della comunicazione visiva. Lo strumento viene descritto con toni entusiasti, cercando di evidenziare in particolare il suo ruolo strumentale rispetto alla creatività del progettista, in modo tale da demistificare le idee diffusesi nei primissimi anni Ottanta del computer come strumento sostitutivo dell'uomo sia tra i suoi sostenitori sia tra i suoi detrattori. Infatti da alcuni articoli presenti nella rivista emerge spesso la paura dei progettisti grafici di essere sostituiti, o meglio "superati dalla macchina"[13], sentimento che viene continuamente evidenziato dagli autori che cercano di solito di rassicurare il lettore senza fornire utili indicazioni.

All'articolo di Raffaeli sulle aziende produttrici di sistemi per la computer graphic, con cui si intendono soprattutto le animazioni 2D o 3D, se ne affiancano diversi altri almeno nei cinque anni successivi, promuovendo le differenti strumentazioni digitali nello specifico per la composizione diretta dei testi e la gestione autonoma della tipografia, come reclama l'inserzione pubblicitaria *Graphix: un sistema che 'cresce'*[14], in cui vengono descritti con toni entusiasti i vantaggi dell'impiego de "la macchina da scrivere computerizzata" soprattutto in termini di tempo e di accrescimento personale delle professionalità tecniche, sottolineando così ancora una volta la suddivisione del processo di produzione tra tecnici specializzati e graphic designer.

Oltre alla tipologia di articoli promozionali della strumentazione digitale, negli ultimi numeri pubblicati prima del cambio di direzione avvenuto nel 1985 si trovano anche una serie di testi dedicati alle rassegne specifiche sulla comunicazione visiva, in cui si prova a condurre qualche riflessione sui cambiamenti in atto in questo settore. In particolare si fa riferimento al convegno organizzato dall'Aiap a Bologna, *E-motion & graphic*[15], una giornata di studio e informazione sulle conseguenze apportate dalle applicazioni digitali nei diversi ambiti progettuali da quello dell'animazione televisiva alla computer graphic, soffermandosi specificatamente sulle cosiddette "immagini interattive"[16], ossia disegnate con il computer. Sebbene l'intento sia quello di fornire un aggiornamento sull'evoluzione della strumentazione digitale nel settore del graphic design, purtroppo l'articolo di Massimo Dradi non restituisce alcun approfondimento necessario a inquadrare il clima

6 Si veda anche: Dalla Mura, M., *Qualcosa che non c'è più e qualcosa che non c'è ancora: l'avvento del computer e del digitale nelle pagine di Linea Grafica, 1970-2000*, in "AIS/Design Journal Storie e Ricerche", 8, ottobre 2016, pp. 131-167. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/163/150 [28.05.2020].

7 *Che cosa ci proponiamo*, in "Linea Grafica", 1, 1977, 76.

8 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa*..., p. 132.

9 Vando Pagliardini, architetto milanese che si occupa a partire dalla fine degli anni sessanta di progettazione grafica. Nel 1984 con Giovanni Baule rilancia *Linea grafica*, rivista storica della grafica italiana, per la quale ricevono il Compasso d'Oro nel 1987.

10 Giovanni Baule, architetto, dal 1985 al 2007 è direttore di *Linea Grafica*. Esperto di comunicazioni visive, si occupa di teoria e metodi del progetto di comunicazione ed è professore ordinario di Disegno Industriale presso la Scuola del Design (Politecnico di Milano), dove è stato Presidente del Corso di Laurea in Design della Comunicazione dalla sua istituzione nel 2006 e co-coordinatore del Dottorato in Disegno Industriale e Comunicazione Multimediale.

11 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa*..., p. 136.

12 Raffaeli, L., *La grafica e il computer*, in "Linea grafica", 5-6, 1983, pp. 34-37.

13 Cfr. Dradi, M., *A Bologna una giornata tutta di graphic emotion*, in "Linea grafica", 3-4, 1984, p. 25.

14 *Graphix: un sistema che 'cresce'*, in "Linea grafica", 5-6, 1984, p. 55.

15 Si vedano: Dradi, M., *A Bologna una giornata tutta di graphic emotion*, in "Linea grafica", 3-4, 1984, pp. 24-29; Zeli, L., *Pagine da conservare, e-motion & graphic: il convegno di Bologna*, in "Quaderni Aiap", 2, dicembre 1984, 8-11.

16 Cfr. Dradi, M., *A Bologna*..., p. 29.

generale del convegno, né aggiunge riflessioni interessanti rispetto all'altro pubblicato nel bollettino *Quaderni Aiap* e analizzato nel paragrafo successivo. Dradi si limita a fornire una carrellata di esempi dell'aziende utilizzatrici della nuova tecnologia senza addentrarsi però nelle discussioni avvenute durante le presentazioni del convegno stesso, infatti nella conclusione scrive "vale la pena di conoscere [la nuova produzione digitale], non fosse altro per confrontarla con quella che verrà"[17], lasciando il lettore di fronte a dubbi e alla possibilità di scenari alquanto aperti e incerti.

Un accenno di cambiamento si noterà sotto la direzione di Baule e Pagliardini, soprattutto negli editoriali del primo, in cui si iniziano a palesare le intenzioni di affrontare le molteplici tematiche del settore del graphic design in una prospettiva di analisi più amplia, includendo da una parte le riflessioni che si stanno conducendo sull'identità stessa della disciplina, un campo sempre più esteso con differenti specificità, e dall'altra i ragionamenti sulla computer graphic[18].

Sul neonato rapporto tra i progettisti grafici e il computer si trova una prima traccia nel numero iniziale del 1985, intitolato *Grafici e computer*[19] e firmato proprio da Pagliardini, in cui si cerca di dare una prima definizione critica di che cos'è la computer graphic – a posteriori il termine viene utilizzato impropriamente –, indicata da un lato come la somma di più tecniche e dall'altro come un ambito che implica il lavoro con il video, inteso come supporto. Inoltre l'autore vuole iniziare a tracciare i possibili cambiamenti del processo progettuale, anche se egli stesso si limita a ricordare come "da sempre fare grafica significa incrociare tecniche diverse, utilizzando tutti ciò che nel campo della produzione e riproduzione delle immagini è, al presente, disponibile"[20]. Sebbene questo sia effettivamente un primo tentativo di iniziare a occuparsi dell'argomento della trasformazione digitale per colmare il gap esistente, risulta comunque approssimativo e si evince la necessità di normalizzare ciò che è sconosciuto trovando dei parallelismi con quanto è già noto nella professione, perciò come scrive Maddalena Dalla Mura, si cerca di "avvicinare il computer come uno fra altri, già noti, strumenti a disposizione del progettista. Così, lo schermo altro non è che il 'foglio bianco su cui scrivere e disegnare, la tela – e la tavolozza di colori – su cui dipingere'; i pixel definiscono la qualità dell'immagine non diversamente da quanto fanno 'il retino tipografico' o 'la grana in fotografia, il pigmento dell'aerografia'; e la possibilità di memorizzare e archiviare 'immagini costruite in precedenza' in definitiva ripropone la grafica "come opera di assemblaggio"[21].

L'atteggiamento generale pervasivo in tutti i volumi di *Linea Grafica* degli anni Ottanta è da una parte quello di creare un vero e proprio vocabolario della nuova computer graphic – spesso citata anche come computergrafica o computer image – dando voce soprattutto agli esperti del settore composti soprattutto da imprenditori e operatori delle aziende impiegate nella realizzazione e produzione di software oppure da autori di manuali, e dall'altra la necessità di individuare attraverso degli esempi concreti quali sono gli ambiti della disciplina in cui viene maggiormente applicata la strumentazione digitale.

Prima di riportare specificatamente i campi più indagati negli articoli di *Linea Grafica*, è necessario riportare qualche esempio relativo alle testimonianze degli esperti, soprattutto di coloro che forniscono un contributo teorico alla trattazione, cercando di ricondurre la nascente grafica digitale ai fondamenti della cultura del progetto. Tra questi sicuramente risulta interessante quello di Alessandro Polistina[22] che introduce un inedito punto di vista sulla questione, in cui propone di leggere la computer graphic, non più necessariamente solo come la produzione di immagini virtuali e la rielaborazione visiva 2D o 3D di oggetti di design o di spazi architettonici, ma in qualità di design vero e proprio, in relazione all'idea "di servizio pubblico e alla produzione e comunicazione dell'informazione"[23].

Per quanto riguarda la trattazione degli ambiti di impiego della strumentazione digitale più indagati all'interno della rivista *Linea Grafica* si riscontra una specifica attenzione *in primis* per tutti quei campi in cui è necessaria l'elaborazione di immagini virtuali che simulano e modellano sia oggetti di design sia ambienti architettonici, successivamente si riportano come esempi le zone di confine tra le diverse discipline in cui c'è terreno fertile per le ricerche e le sperimentazioni artistiche, come l'olografia[24] o la videoarte. Su quest'ultima sono significativi i trafiletti inseriti nella sezione *Rassegne* dedicati in particolare al Festival Arte Elettronica di Camerino[25], evento dedicato al rapporto tra le arti visive e le nuove tecnologie, che nelle prime edizioni ospita due dei più importanti progettisti grafici italiani della videografica, ossia Mario Convertino e Mario Sasso.

Restando negli ambiti più tecnologicamente sperimentali e maggiormente affrontati nella rivista, occupano un significante spazio gli articoli sull'animazione in ambito cinematografico e, soprattutto televisivo, che oltre a presentare casi internazionali di sigle televisive[26] realizzate al computer, riporta la trasformazione della produzione anche in Italia[27], dove l'ingresso in scena di nuove strategie e strumentazioni tecniche

17 Ibidem.

18 Sulla volontà di inserire la computer graphic come nuovo settore di discussione nella rivista *Linea Grafica* si veda: Baule, G., *Editoriale*, in "Linea grafica", 1, 1985, 6

19 Pagliardini, W., *Grafici e computer*, in "Linea grafica", 1, 1985, pp. 40-41.

20 Cfr. Pagliardini, W., *Grafici*..., p. 40.

21 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 137.

22 Alessandro Polistina è stato l'autore di articoli in pubblicazioni specialistiche e curatore di un libro *Computer graphics e CAD per l'architettura e il territorio*, pubblicato dalla casa editrice milanese specializzata in infomratica, la Jackson nel 1984.
Si veda: Polistina, A., *Computergraphica: mimesi o retorica?*, in "Linea grafica", 2, 1986, pp. 42-51.

23 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 139.

24 Sull'olografia e le ricerche visive a cavallo tra l'arte, il computer e la realtà virtuale si vedano: Cappucci, P. L., *Intorno all'olografia*, in "Linea grafica", 2, 1987, pp. 34-43; Cappucci, P. L., *Intorno all'olografia*, in "Linea grafica", 4, 1987, pp. 34-43; Cappucci, P. L., *Olo-grafia editoriale*, in "Linea grafica", 4, 1988, pp. 50-56; Cappucci, P. L., *Nuovi strumenti della rappresentazione*, in "Linea grafica", 1, 1989, pp. 54-61; Cappucci, P. L., *Mostra, Nuove prospettive dello sguardo*, in "Linea grafica", 3, 1989, pp. 48-57; Cappucci, P. L., *Nuove prospettive dello sguardo*, in "Linea grafica", 5, 1989, pp. 48-57; Cappucci, P. L., *La realtà restituita*, in "Linea grafica", 6, 1989, pp. 36-45.

25 Il Festival Arte Elettronica di Camerino (1983-1990) ha svolto una funzione fondamentale nel rapporto fra arti visive e nuove tecnologie. È stato un polo di attrazione internazionale che ha rappresentato per molti artisti italiani e qualche progettista la possibilità di fare conoscere le proprie ricerche attraverso rassegne di computer art, videoarte e cinema, mostre e seminari, concerti, convegni e tavole rotonde destinate ai nuovi dispositivi tecnologici e al dibattito sull'impatto delle tecnologie digitali sulla creatività. Le vicende della partecipazione di Mario Convertino e di Mario Sasso a questa manifestazione saranno indagate nel capitolo 4. *La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative*, nel sottoparagrafo 4.3.1 *I GMM, Mario Sasso e Mr Fantasy al Festival Arte Elettronica di Camerino (1985-1986)*. Si veda su Linea Grafica: Branzaglia, C., *Festival di arte elettronica*, Camerino, in "Linea grafica", 2, 1988, p. 56.

26 Si veda: Mazzanti, M., *ID logos*, in "Linea grafica", 1, 1985, pp. 42-47.

27 Si vedano: *Videorock, videodance come videoarte*, in "Linea grafica", 6-7, 1983, pp. 38-39; Bardella, V., *Lo spazio dell'audiovisivo*, in "Linea grafica", 1, 1986, pp. 56-59; Bardella, V., *Il linguaggio dell'audiovisivo*, in "Linea grafica", 2, 1986, pp. 52-57; Colonetti, A., *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*, in "Linea grafica", 2, 1986, pp. 22-31.

portate delle neonate emittenti private, specialmente quelle possedute dal gruppo Fininvest, società di Silvio Berlusconi, provoca un rinnovato utilizzo del progetto grafico da parte della Rai, la rete pubblica nazionale.

L'attenzione rilevabile dalle pagine della rivista ai nuovi ambiti progettuali, come appunto quello della videografica, che si sta affermando concretamente nella metà degli anni Ottanta, evidenzia inoltre un duplice aspetto delle vicende del graphic design italiano, da una parte come la grafica televisiva risulti essere il campo meno indagato storiograficamente, e dall'altro quanto il suo consolidamento come ambito di progetto lo faccia diventare, a partire dagli anni Novanta, uno di fattori più connotativi e concorrenziali delle diverse mittenti televisive, adottando nel decennio successivo il nome di motion graphic per restare al passo con lo scenario internazionale.

Un'ulteriore elemento emerso nella disamina della rivista *Linea Grafica* è il riconoscimento delle differenze e delle alterazioni del processo progettuale avvenuto quasi esclusivamente tramite lo strumento, tralasciando così i mutamenti della professione raccontati direttamente dei progettisti grafici e le possibili riflessioni scaturite da un probabile dibattito all'interno della comunità del graphic design italiano. Inoltre questo tipo di scelte editoriali evidenzia da un lato 'l'assenza' – così viene definita da Maddalena Dalla Mura[28] – di un dibattito sul desktop publishing e sulle conseguenze generiche dell'avvento del computer nella professione, avvenute specificatamente durante il penultimo decennio del Novecento e dall'altro la posizione poco chiara dei progettisti nello scenario italiano, trasformandoli così in spettatori passivi del cambiamento in atto. Tale mancanza potrebbe essere ricondotta alla tarda diffusione del personal computer nella maggior parte delle realtà progettuali italiane, molte delle quali caratterizzate da dimensioni medio-piccole, avvenuta soprattutto a partire dal 1989 così come confermano le diverse testimonianze orali raccolte dall'autrice di questa ricerca.

Nonostante questa defezione ad avvalorare nella rivista la ritardata propagazione dei personal computer ci sono alcuni interventi di Carlo Branzaglia[29] che, affrontando specifiche tematiche, apre inoltre un significativo spazio di osservazione su fenomeni e realtà meno convenzionali, in parte periferiche rispetto alla tradizione grafica e collocate tra i confini di altre discipline come la moda, l'arte, la musica e le sottoculture underground. Tra i tanti temi indagati da Branzaglia si trova *in primis* il suo interesse per i linguaggi sperimentali realizzati con la fotocopiatrice – come già affrontato nel capitolo precedente –, in cui evidenzia la diffusione dell'elaborazione dell'immagine tramite la xerografia come passaggio dalle tecniche analogiche a quelle digitali tra i progettisti grafici italiani, indicandola come tecnica preferita laddove non è possibile acquistare il personal computer a causa dei costi elevati. Secondariamente, gli articoli di Branzaglia – autore che tra l'altro inizia a collaborare con *Linea Grafica* proprio verso la fine degli anni Ottanta sottolineando la volontà editoriale di Baule di voler ampliare il raggio d'indagine sulla grafica italiana –, accennano ad approcci italiani che sono chiaramente influenzati in un primo momento da ciò che sta accadendo oltralpe e oltreoceano, facendo riferimento ad alcuni movimenti del postmodernismo e della New Wave inglese e statunitense. Nello specifico questi articoli, ai quali si aggiungono successivamente negli anni Novanta quello di Giona Maiarelli, fino ad arrivare ai primi anni Duemila con Daniela Piscitelli[30], oltre a delineare le caratteristiche di questi fenomeni internazionali, indagano sulla loro ripercussione sui progettisti grafici italiani e su come questo tipo di approccio progettuale influenzi non solo gli anni Ottanta ma anche quelli a venire, connotando soprattutto gli artefatti comunicativi editoriali con un uso decostruito della tipografia. Entrambi gli articoli, per sostanziare questa loro tesi, sottolineano lo stretto rapporto tra sottoculture musicali e progetto grafico.

Un ulteriore riscontro verso quanto sta accadendo altrove, ma precedente rispetto ai contributi di Branzaglia, si trova nella breve recensione della mostra *Pacific Wave* – curata da Giorgio Camuffo a Venezia negli spazi di Palazzo Fortuny – che introduce per la prima volta in Italia la grafica californiana e il lavoro di autori come John Casado, April Greiman e Clement Monk, in cui si nota soprattutto la "grande diversità di approcci da parte dei progettisti [accomunati dal]l'alto grado di mescolanza dei linguaggi che misura fino alle conseguenze estreme la messa in libertà di parole e immagini nel grande gioco dell'impaginato"[31]. Sebbene l'autore della recensione colga l'approccio sperimentale caratteristico dello scenario grafico statunitense di quel periodo, questo testo sembra l'ennesima occasione mancata per condurre qualche riflessione sulla natura digitale dei lavori esposti e sulla rivoluzione in atto, nonostante nel catalogo della mostra[32] siano esplicite le nuove modalità progettuali adottate da questi progettisti.

Il mancato dibattito sulla rivoluzione digitale all'interno delle pagine della rivista *Linea Grafica* negli anni Ottanta si riscontra anche nell'assenza di discussione di due ambiti strettamente connessi con l'avvento del computer nel graphic design, ossia la tipografia digitale e il desktop publishing, entrambi protagonisti indiscussi dei dibattiti internazionali di quegli anni. Basti pensare infatti alle argomentazioni affrontate attorno a questi due settori progettuali all'interno della rivista californiana *Emigre* nello stesso arco temporale. In realtà nel 1985 si trova una traccia sulla tipografia in un articolo di Aldo Colonetti che scrive proprio sulla tematica della progettazione dei caratteri affrontando il passaggio dal piombo al computer, in cui ribadisce che "la cultura della tipografia non può essere soppiantata dalle nuove tecnologie"[33]. Nella trattazione sono riportate soprattutto le esperienze internazionali di Donald Knuth con l'ideazione dei sistemi *TeX* e *Metafont*[34] e quella nazionale di Giancarlo Iliprandi in qualità di consulente per Honeywell Italia per la progettazione e il redesign di caratteri per stampanti seriali, focalizzandosi quindi specificatamente sulle aziende di fotocomposizione e della stampa senza entrare nel merito della rivoluzione che sta accadendo altrove sul disegno dei caratteri digitali.

In questo modo è evidente che la tipografia digitale viene intesa nelle pagine della rivista come appannaggio ancora esclusivo dei fotocompositori. Neppure il desktop publishing è una questione afferente alla professione del graphic design, anzi appare

28 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 140.

29 Si vedano: Branzaglia, C., *La copia come ricerca*, in "Linea grafica", 5, 1987, pp. 42-49; Branzaglia, C., *La copia e l'elettronica*, in "Linea grafica", 2, 1988, pp. 44-51; Branzaglia, C., *Segni e atmosfere nell'Emilia Romagna del XX secolo*, in "Linea grafica", 3, 1988, p. 52; Branzaglia, C., *La grafica in copia*, in "Linea grafica", 5, 1988, pp. 34-43; Branzaglia, C., *Nuovi mensili di immagine*, in "Linea grafica", 6, 1989, pp. 20-29; Branzaglia, C., *Immagine della musica*, in "Linea grafica", 3, 1990, pp. 30-39; Branzaglia, C., *Sull'editoria underground*, in "Linea grafica", 1, 1993, pp. 56-63; Branzaglia, C., *Icone della notte*, in "Linea grafica", 5, 1994, pp. 56-63.

30 Maiarelli, G., *Nuovi riti della new wave*, in "Linea grafica", 1, 1994, pp. 30-41; Piscitelli, D., *San Francisco, o della creatività collettiva*, in "Linea grafica", 2, 2004, 40-49; Piscitelli, D., *Voci diverse della New Wave*, in "Linea grafica", 4, 2004, pp. 50-59.

31 Mostre, *Pacific Wave. Californian Graphic Design*, Palazzo Fortuny Venezia, in "Linea grafica", 2, 1988, p. 52.

32 Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987.

33 Cfr. Colonetti, *Il carattere: l'abc della grafica*, in "Linea grafica", 4, 1985, p. 13.

34 Donald Knuth (Milwaukee, 1938) è un informatico statunitense, ideatore del sistema di composizione tipografica *TeX*, adatto alla stesura di testi scientifici e matematici, e di quello per il disegno delle font *Metafont*. Quest'ultimo è un linguaggio di descrizione di pagina usato per definite tipi di carattere vettoriale e il relativo interprete che traduce il suo codice per generare caratteri bitmap utilizzabili, ad esempio nei documenti *PostScript*.

ancora molto distante e più vicina all'ambiente degli impieghi amministrativi. Di fatti attraverso le inserzioni pubblicitarie – del tutto assente è la promozione del computer dell'azienda Apple – si promuove il personal computer per svolgere i lavori impiegatizi, macchina con cui il singolo individuo può realizzare in autonomia qualsiasi tipologia di documento utile per il suo impiego a partire dai grafici fino ai comunicati di vario genere.

Sicuramente la mancanza di dibattito su queste tematiche nei numeri di *Linea Grafica* degli anni Ottanta mette in evidenzia ulteriormente la difficoltà dei progettisti grafici italiani ad accedere facilmente alle nuove tecnologie digitali e al contempo, come scrive Dalla Mura, "questo silenzio e la concentrazione sulla computergrafica come un settore altro, da aggiungere a quelli già conosciuti, possono anche essere considerati il segno di un'esitazione ad affrontare i mutamenti formali e stilistici ma anche operativi e concettuali che il computer stava cominciando a portare fin dentro la più tradizionale roccaforte della grafica – la produzione editoriale e la tipografia –, cambiamenti che sarebbero divenuti più evidenti nel decennio successivo"[35].

Infatti a partire dalla fine degli anni Ottanta negli editoriali di Baule incomincia ad affacciarsi il crescente timore sullo stato della grafica italiana, proprio nel momento in cui la disciplina si sta ampliando includendo nuove figure professionali, neonati ambiti progettuali e una pluralità di approcci fino ad allora non registrati appunto nelle pagine della rivista stessa. La preoccupazione si riscontra nei termini utilizzati da Baule in cui la professione è descritta come 'inavvertita', la figura del progettista appare come 'sfuggente' e 'disconosciuta' dalla società, ma in verità questi timori, che dovrebbero rispecchiare quelli di un'intera comunità e non solo della redazione di *Linea Grafica*, pare siano da imputare anche in parte alla diffusione della strumentazione digitale e dei nuovi supporti progettuali. Infatti la registrazione della propagazione effettiva del computer e del desktop publishing in Italia in questo determinato periodo si riscontra nel testo di Branzaglia, dove è riportato che "il passaggio fra anni Ottanta e anni Novanta ha visto, in Italia, come nel resto del mondo, la crescita esponenziale del desktop publishing"[36].

Nella prima metà del decennio successivo gli editoriali di Baule assumono un duplice atteggiamento rispetto allo scenario in mutamento, conservatore e contraddittorio al tempo stesso. Per quanto riguarda l'aspetto conservatore l'autore denuncia alcune precise istanze: 1. l'ampliamento e la eterogeneità della comunicazione visiva; 2. la perdita di identità della grafica, spodestata dal suo ruolo tradizionale consolidato negli anni precedenti e messa in crisi soprattutto dall'affermazione di nuovi e molteplici linguaggi; 3. la democratizzazione della produzione grafica digitale, che porterebbe all'appiattimento e alla standardizzazione dei progetti; 4. l'assenza della qualità progettuale nella grafica contemporanea; 5. la mancanza di riferimenti teorici e operativi adeguati all'avanzamento rapido delle tecnologie. Quindi lo scenario prospettato finora in Linea grafica evidenzia una profonda incertezza della disciplina sia nel presente sia nel futuro, non tenendo conto di quanto stia accadendo altrove e trascurando di conseguenza la necessità di confrontarsi con un panorama sempre più globalizzato, in cui la propagazione del web sta cominciando da una parte ad ampliare il raggio d'azione geografico dei progettisti internazionali e dall'altra a cambiare le esigenze e le aspettative della committenza. Perciò risulta fondamentale e doveroso aprirsi a questo panorama e non essere autoreferenziali a livello nazionale.

Di contro però gli editoriali di Baule appaiono contradditori nella misura in cui invitano al contempo la comunità dei progettisti a guardare avanti per trovare le risposte necessarie a individuare la propria identità oppure a non accettare inermi

35 Cfr. Dalla Mura, M., Qualcosa che non..., p. 142.

36 Cfr. Branzaglia, C., *Sull'editoria*..., p. 56.

le preoccupazioni dilaganti, fino a ricordare che "l'incontro del progetto grafico con le nuove tecnologie, nuovi supporti, nuovi media e luoghi della comunicazione è un impatto necessario"[37].

In questo scenario confuso e ampliato si rinnovano nel primo quinquennio degli anni Novanta gli obiettivi della rivista cercando di fornire un possibile orientamento alla grafica italiana, mediante la trattazione di argomenti più inclusivi riguardo agli aspetti teorico-critici della 'nuova grafica' e all'indagine speculativa dei nuovi artefatti comunicativi e dei nuovi supporti, senza dimenticare però un confronto con il patrimonio storico e le proprie radici disciplinari.

Se questi sono i rinnovati obiettivi del periodico, fino al 1995 la produzione dei contributi, aventi come oggetto il computer, continua con la ricognizione di ambiti o aree tematiche già affrontate nel decennio precedente, ritrovando per esempio alcuni autori già presenti nei fascicoli degli anni Ottanta, come nel caso di Giovanni Anceschi, Pier Luigi Capucci e Gianfranco Torri[38] – quest'ultimo è fondamentale per un confronto con lo scenario europeo – e introducendone di nuovi, come Maria Grazia Mattei, che darà un inedito punto di vista sull'impiego del computer nel campo della videografica e dell'animazione televisiva, offrendo una prospettiva anche internazionale. Nello specifico l'indagine della Mattei evidenzia come ci sia la necessità di figure professionali sempre più specializzate nel progetto dell'identità per le emittenti televisive. Non basta più un semplice "TV-designer"[39] – è il nome con cui indica ad esempio la figura pionieristica di Mario Convertino – ma egli deve possedere anche un *know how* creativo che gli permetta di trasformarsi in una figura eclettica, in grado di operare contemporaneamente scelte di regia, produzione del testo, visione globale del programma, promozione, eccetera.

Sicuramente, oltre al consolidamento di argomenti già anticipati a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta, nelle pagine della rivista si affronta la 'nuova grafica' iniziando a indagare "lo scenario della comunicazione visiva oltre i media e i supporti già conosciuti (la pagina, il libro, la grafica a stampa), verso un panorama di tipologie e funzioni inedite che, se ancora non si danno completamente, già si preannunciano e lasciano intuire"[40].

Infatti tra le tematiche più indagate si trovano alcune discipline progettuali che si stanno affacciando proprio nei primissimi anni Novanta, ma che si configureranno definitivamente a partire dalla seconda metà di questo decennio, nella fattispecie l'ambito dell'interaction design e del web design.

Il primo articolo ad affrontare la questione del design di interazione tra l'uomo e il computer, ossia il progetto dell'interfaccia, è pubblicato da Gui Bonsiepe[41] nel terzo numero del 1991 con il titolo *Il progetto dell'interfaccia*[42], presentando un'interfaccia da lui stesso progettata per un sistema di gestione della corrispondenza elettronica. Bonsiepe sostiene che l'interazione rientra a pieno titolo nella disciplina del progetto grafico qualora si prendano in considerazione gli aspetti grafico-visivi dell'interfaccia e si

37 Cfr. Baule, G., *editoriale*, in "Linea grafica", 6, 1991, p. 3.

38 Si vedano: Torri, G., *Europa: grafica e computer*, in "Linea grafica", 3, 1992, pp. 34-43; Torri, G., *Primi piani sulla grafica tedesca*, in "Linea grafica", 1, 1994, pp. 42-51;Torri, G., *Declinazioni della grafica inglese*, in "Linea grafica", 3, 1994, pp. 40-5.

39 Cfr. Mattei, M. M., Il disegno del video, in "Linea grafica", 4, 1991, p. 59.

40 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 144.

41 Gui Bonsiepe (Glücksburg, 1947) è un designer e docente tedesco. Dal 1960 al 1968 ha svolto attività di insegnamento e ricerca presso la famosa Scuola di Ulm e successivamente si occupa di interaction design.

42 Bonsiepe, G., *Il progetto dell'interfaccia*, in "Linea grafica", 3, 1991, pp. 14-24.

tralascino quelli meramente tecnico-informatici. Una affermazione che, scaturisce dalla consapevolezza che occuparsi di interaction design significa oltrepassare "le frontiere delle tradizionali attività del grafico e delle sue competenze"[43], testimonia come Bonsiepe auspichi proprio una presa di coscienza dei progettisti italiani per potersi adeguatamente occupare di interaction design. Inoltre l'autore, come sottolinea la Mattei nell'articolo citato precedentemente, riconosce la necessità di istituire programmi formativi in grado di formare nuove figure di progettisti con queste competenze progettuali.

Ovviamente quello di Bonsiepe non sarà l'unico contributo sulla discussione relativa all'interazione e all'interfaccia, ma sicuramente uno dei più importanti in cui, oltre a delineare meglio l'ambito, se ne giustifica l'appartenenza alla disciplina del progetto grafico. A tale articolo nel 1994 si aggiunge quello di Baule dal titolo *Chi progetta le interfacce?*, che da un lato espone l'urgenza di questo nuovo settore progettuale di instaurare un dialogo fra tecnici e grafici – annosa questione del confronto tra la cultura scientifica e quella creativa-umanistica indentificata già in altri ambiti culturali – e dall'altro sente la necessità di sollecitate i progettisti a riappropriarsi del proprio ruolo nel progetto della "complessità della pagina multimediale"[44] che non può essere lasciata in mano al "tecnico softwarista"[45] poiché privo di una cultura progettuale.

In quegli anni il problema della mancanza della cultura tecnico-informatica nei progettisti grafici mette in evidenzia la tendenza di affidarsi ad altre professionalità, tra cui gli informatici, soprattutto nel momento in cui avviene l'espansione del graphic design in ambiti che hanno a che fare specificatamente con la tecnologia, tra cui appunto l'interaction e il web design. Molti dei primi siti verranno infatti realizzati proprio grazie alla collaborazione tra progettisti grafici e studi esterni specializzati nell'erogazione di servizi informatici appositi, delegando a loro la parte tecnica della produzione progettuale[46]. Tuttavia Baule sottolinea la necessità di affidarsi a figure specializzate e tecnicamente formate per la realizzazione dei progetti della 'nuova grafica' porterebbe alla limitazione della recente autonomia acquisita dai progettisti proprio grazie all'avvento del computer e ricreerebbe, in un certo qual modo, le dinamiche instauratesi tra graphic designer e fotocompositori nel periodo pre-digitale.

Procedendo con le tematiche affrontate nel primo quinquennio degli anni Novanta all'interno del periodico si riscontra ancora la poca propensione ad occuparsi del desktop publishing oramai sempre più diffuso nello scenario italiano. Infatti gli editori di Linea grafica attuano una scelta singolare decidendo di indagare questo aspetto non mediante i cambiamenti avvenuti nei processi di impaginazione e produzione editoriale dei supporti tradizionali a stampa, bensì occupandosi di 'editoria elettronica', settore che va via via configurandosi come un inedito prodotto tutto da delineare. Con questo termine Baule indica principalmente le prime pagine interattive multimediali che si diffonderanno successivamente sul nuovo supporto tipico degli anni Novanta, il cd-rom, che permette la compresenza di elementi mediali differenti nello stesso progetto: immagini, testo, suono e animazione. Di certo il libro elettronico si configura come multimediale non solo per le sue componenti provenienti dai diversi media, ma soprattutto per la sua caratteristica progettuale di impaginato interattivo e ipertestuale[47].

Dunque tra le pagine della rivista si iniziano a diffondere gli aspetti dei nuovi prodotti multimediali, frutto della trasmigrazione della grafica tradizionale verso inediti supporti, forme e funzioni. Si assiste così a mano a mano al processo di dematerializzazione degli elementi compositivi della grafica pre-digitale, in cui si trovano da una parte le immagini che possono essere elaborare e modificate innumerevoli volte attraverso l'impiego di software dedicati, come Photoshop, sino alla perdita della loro naturale distinzione tra originali e copie, e dall'altra la tipografia digitale che assume connotati maggiormente espressivi mediante la manipolazione delle forme e dei contorni delle lettere stesse a discapito della sua leggibilità.

Finalmente, sempre nei primi anni Novanta, in *Linea Grafica* si incomincia ad affrontare il cambiamento della tipografia digitale attraverso alcuni contribuiti che riportano, più o meno direttamente, le esperienze e le ricerche tipografiche internazionali e nazionali condotte sia dalle fonderie digitali sia dai singoli type designer. Nello specifico si fa riferimento ai contributi di Mara Campana e Branzaglia, i quali dedicano i loro interventi alla scena anglosassone e a quella italiana. Nell'articolo *La Pagina e il computer*[48], l'autrice traccia essenzialmente il lavoro dello studio internazionale Roger Black – presente anche in Italia con una sede a Milano, il cui responsabile è il progettista Sebastiano Cossia Castiglioni – attraverso una breve presentazione cronologica dei loro progetti fino ad introdurre l'ideazione della fonderia digitale statunitense Font Bureau[49] e il successivo coinvolgimento di Black nell'organizzazione dell'altra realtà tipografica europea FontShop[50]. Per quanto l'articolo non entri nel dettaglio degli aspetti più significativi delle esperienze menzionate, dà comunque la possibilità di inquadrare, seppure brevemente, le connessioni tra alcuni progettisti italiani e le realtà internazionali. In questo caso, si delinea la figura di Castiglioni che, oltre a essere identificato come il responsabile della sede milanese dello studio Roger Black Europe, sarà tra i primi progettisti italiani a fondare una delle poche fonderie digitali sul territorio nazionale, Design Lab, già citata nel primo capitolo di questa ricerca.
Inoltre il contributo di Campana è importante perché menziona l'esperienza editoriale sperimentale della rivista britannica *Fuse* di Neville Brody e Jon Wozencroft.

Nel fascicolo successivo sempre la stessa autrice[51] affronta inoltre il lavoro di Piero De Macchi[52], responsabile italiano dal 1990 al 1993 del progetto *DIDOT* (*Digitising and Designing of Type*), ovvero un'iniziativa promossa dalla Comunità europea per la

43 Ivi, p. 18.

44 Cfr. Baule, G., *Chi progetta le interfacce?*, in "Linea grafica", 5, 1994, p. 12.

45 Ibidem.

46 Un'interessante testimonianza della collaborazione tra grafici e tecnici informatici per la realizzazione dei siti web si trova in: Bergamini, D., (a cura di), *New media italian design*, Milano: Italian Press Multimedia, 1997.

47 Sull'argomento si vedano: Baule, G., *Infografica*, in "Linea grafica", 3, 1993, pp. 10-19; Baule, G., *Libri elettronici*, in "Linea grafica", 5, 1993, pp. 10-21.

48 Campana, M., *La pagina e il computer*, in "Linea grafica", 5, 1992, pp. 38-45.

49 La fonderia statunitense Font Bureau è fondata nel 1989 da David Berlow e Roger Black, occupandosi prevalentemente della creazione di caratteri digitali per le grandi casi editrici, come il Time Magazine, di cui ridisegnano la tipografia nel 1992.

50 La fonderia FontShop è la prima fonderia digitale europea fondata da Erik Spiekermann nel 1990. Si configura fin da subito come network internazionale grazie anche alla collaborazione con figure del calibro di Neville Brody. Principalmente si occupa di creazione, redesign, produzione e commercializzazione di caratteri *PostScript*, mettendo a disposizione degli utenti di tutte le nazioni una libreria di oltre 5.000 font.

51 Campana, M., *Progetto scrittura*, in "Linea grafica", 6, 1992, pp. 48-53.

52 Piero De Macchi (Torino, 1937) è un type designer che ha lavorato dal 1956 al 1961 presso la fonderia Nebiolo affiancando così il più famoso disegnatore di caratteri italiano, Aldo Novarese. Dal 1971 inizia l'attività autonoma, avviando lo Studio De Macchi progetti grafici, che fino a tutto il 2003, svolgerà collaborazioni di progettazione grafica free lance con molti e diversificati committenti tra cui: Fiat, Iveco, Ferrero, Olivetti, Gruppo Cir, Unione Industriale Torino, Seat Editrice, Caffarel, Costa Crociere.

sensibilizzazione sulla cultura tipografica e sui suoi relativi standard e la digitalizzazione delle font tradizionali europee. L'articolo di Campana è interessante perché riporta l'esperienza di De Macchi, convertitosi da tempo all'impiego del computer nel suo lavoro, che sottolinea la sua necessità di utilizzare il nuovo strumento "al fine di raggiungere risultati precisi e soddisfacenti in breve tempo"[53], senza sentirsi in colpa per "aver tradito l'ipotesi iniziale, l'imprinting prezioso di Novarese"[54], anzi De Macchi sottolinea come sia naturale adottare l'uso di un nuovo strumento, soprattutto nel momento in cui "gli permetta di agire sui tempi, senza mettere in discussione i modi e, tanto meno, i fini"[55]. Inoltre ciò che mette in luce l'autrice è la necessità di riportare testimonianze positive sull'accettazione della strumentazione digitale nella professione, cercando di demistificare tutto il clamore che ha invaso la comunità dei progettisti. Un ulteriore aspetto evidente all'interno di questo contributo è l'atteggiamento proposito verso l'adozione del computer soprattutto da parte dei progettisti che si occupano nello specifico della progettazione tipografica, evidenziando così quanto emerge dalle testimonianze orali: la diffusione del computer si attua in due momenti e in due ambiti differenti, prima cambia la produzione e la fruizione della tipografia e poi i medesimi aspetti relativi all'immagine.

Restando nell'ambito dei caratteri digitali in Italia, parallelamente ai testi di Campana, in cui si denuncia comunque una certa arretratezza verso la scena internazionale, nello stesso quinquennio Branzaglia riporta nell'articolo *Caratteri e stile*[56], una ricognizione e riflessione sulla proliferazione di esperienze nel settore, citando alcuni progetti italiani come quelli della fonderia digitale di Castiglioni, di Fabrizio Schiavi e Alessio Leonardi – fondatori di Fontology – e di altre singole vicende legate alla produzione di specifici caratteri progettati per l'ambiente musicale.

Se queste sono le premesse sulle tematiche affrontate in *Linea grafica nella prima metà degli anni Novanta,* invece nella seconda parte del decennio si assiste invece alla diffusione di Internet e del web e "il sistema della comunicazione visiva è descritto come sempre più complesso e interconnesso, multimediale, globalizzato, mutevole e in flusso, simile a un grande palinsesto, costituito da segni effimeri e transitori, caratterizzato da un'estetizzazione diffusa che comporta omologazione e perdita di qualità"[57].

Nel frattempo negli editoriali di Baule si rimarcano più volte alcuni concetti che evidenziano da una parte il ruolo del progettista come il responsabile attivo dell'ampliamento dei campi di applicazione del graphic design, "capace allo stesso tempo di non farsi abbagliare dalla 'favola digitale' e di abbandonare ogni forma di conservazione che ancora imbavaglia non poco la nostra cultura del progetto"[58], e dall'altra la posizione delle tecnologie digitali che pretendono una risoluzione dei "precedenti equilibri fra tecniche e forme comunicative, tra cultura tecnica e culture del progetto visivo"[59]. Inoltre, sempre secondo il direttore del periodico, in questi anni di forte transizione – termine usato di frequente per identificare anche alcune sezioni della rivista – si assiste alla

53 Cfr. Campana, M., *Progetto*..., p. 48.

54 Ibidem.

55 Ibidem.

56 Branzaglia, C., *Caratteri e stile*, in "Linea grafica", 2, 1995, pp. 44-55.

57 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 149.

58 Ibidem.

59 Cfr. Baule, G., *editoriale La favola digitale*, in "Linea grafica", 3, 1996, p. 10.

formazione di uno scenario di "convivenza di elementi vecchi e nuovi"[60] che spinge i progettisti a essere più propositivi e vitali e a non lasciarsi sfuggire le molteplici e irripetibili occasioni presentatesi in questo clima di fermento tecnologico. Lo stesso Baule arriva persino a paragonare la situazione italiana a un grande "laboratorio di transizione"[61] e a ravvisare nel frattempo che l'assimilazione delle tecnologie digitali è sommariamente compiuta.

Protagoniste indiscusse di questo secondo quinquennio sono le tematiche che ruotano attorno in primis al concetto di scrittura, intesa in senso più ampio anche come immagine e come testo interattivo, secondariamente all'analisi dei casi e delle tipologie della comunicazione multimediale, prestando particolare attenzione a tutti quei prodotti e opere multimediali distribuiti sul supporto cd-rom e usufruite su postazioni multimediali interattive a schermo. Come scrive Dalla Mura, "di tutti questi prodotti generalmente vengono descritti struttura e opzioni di navigazione e accesso ai contenuti, funzioni e strumenti disponibili, livelli di multimedialità e interattività, mentre raramente sono discusse le scelte strettamente grafiche e tipografiche"[62]. Terza e ultima tematica che viene largamente indagata nella rivista e alla quale gli editori concedono sempre più spazio è l'area del web design, che inizialmente viene identificato come "grafica in rete"[63].

Sebbene il crescente interesse verso questo settore ne denota la sua effettiva espansione, lo scenario italiano appare ancora acerbo, perché oltre a essere un campo poco indagato, viene presentato all'interno di *Linea grafica* superficialmente attraverso una cospicua serie di esempi di cui si tracciano solamente gli aspetti visivi, utilizzando una carrellata di immagini illustrative a dispetto di un più accurato apparato testuale informativo[64].

Le tipologie dei siti web analizzati sono composte prevalentemente dagli esempi delle riviste e dei quotidiani online, a cui fanno seguito i siti promozionali di case editrici e librerie e infine, accanto ai prodotti editoriali, si trovano le traduzioni web dei prodotti televisivi e cinematografici. È proprio dall'analisi di quest'ultima categoria che emerge lo scenario ancora immaturo del web design, perché i loro siti appaiono carenti dell'aspetto multimediale, maggiormente consono al tipo di media a cui fanno riferimento, e si assiste a "una sorta di appiattimento di funzioni e omogeneizzazione d'immagine che contraddicevano l'identità degli emittenti – le reti televisive, le testate d'informazione – così come la spettacolarità dei prodotti originari – in specie i film"[65].

Tra gli esempi interessanti sul web design presentati in *Linea Grafica*, perché

60 Cfr. Baule, G., *editoriale Laboratorio di transizione*, in "Linea grafica", 4, 1996, p. 10.

61 Ibidem.

62 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 151.

63 Sulla grafica in rete si veda l'intero fascicolo: *Linea grafica*, 3, maggio 1997.

64 Per gli articoli di Linea grafica riguardanti il web si vedano: Bucchetti, V., *Design di rete*, in "Linea grafica", 1, 1994, pp. 8-19; Ceccarini, S., *Punto informativo per l'arte*, in "Linea grafica", 3, 1994, pp. 26-33; Baule, G., *editoriale La grafica in rete*, in "Linea grafica", 3, 1997, pp. 10-11; Bertolino, L., *In rete con la città*, in "Linea grafica", 3, 1997, pp. 32-36; Trapani, P., *La Scala Web*, in "Linea grafica", 3, 1997, pp. 24-31; Volli, U., I*deografie dell'interazione*, in "Linea grafica", 3, 1997, pp. 12-15; Montefusco, P., *Un sistema per la rete civica*, in "Linea grafica", 4, 1997, pp. 30-37; Baule, G., *L'immagine pallida delle news*, in "Linea grafica", 1, 1998, pp. 22-29; *Zapping. Design dei new media*, in "Linea grafica", 3, 1998, pp. 32-33; Baule, G., *Siti di immagine*, in "Linea grafica", 4, 1998, pp. 12-19; Baule, G., *Dalle reti alla rete*, in "Linea grafica", 5, 1998, pp. 12-21; Baule, G., *Il film nella rete*, in "Linea grafica", 6, 1998, pp. 14-23; Baule, G., *Web/design*, in "Linea grafica", 4, 1999, pp. 12-13; Baule, G., *Che cos'è il web design*, in "Linea grafica", 6, 1999, pp. 12-13.

65 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 153.

considerati rappresentativi di iniziative editoriali ideate prettamente per la rete, o come tentativi per integrare alcune riflessioni fra i supporti analogici e digitali, sono i progetti o i meta-progetti realizzati dall'interno della comunità di graphic designer con l'intento di veicolare online la cultura della comunicazione visiva. Nello specifico si fa riferimento alla webzine *Tlön*, concepita da LCD Graphics – ossia il duo fiorentino Franca Gori e Gianni Sinni – e alla rivista accademica *poligramma*[66], nata da una tesi di laurea all'interno del Politecnico di Milano. Nello specifico è significativo il primo caso che viene presentato da Branzaglia nell'articolo *L'edicola virtuale* come luogo di "gioco interattivo attrave rso il quale proporre e produrre visioni inedite"[67], contrariamente agli intenti iniziali dei suoi progettisti che lo configurano come spazio di riflessione. Infatti dalla testimonianza di Sinni[68] *Tlön* è stato ideato proprio come una webzine in cui riproporre con toni più leggeri le osservazioni condotte in quegli anni sulla trasmigrazione della grafica dal supporto cartaceo a quello a video, cercando di esplorare la grafica e i suoi elementi costitutivi all'interno di uno spazio senza confini dimensionali.

Infine tra le ultime categorie dei siti web analizzati nelle pagine di *Linea grafica* si trovano quella afferente al mondo della cultura, in cui convergono gli esempi online di musei, teatri e reti civiche, e quella legata al mondo aziendale e dei prodotti.

Per quanto riguarda invece la ricognizione della rivista dello scenario della grafica internazionale e nazionale che esula dai nuovi ambiti progettuali analizzati finora e tiene traccia dei mutamenti e della diffusione di nuovi linguaggi visivi e tendenze negli artefatti comunicativi tradizionali, come manifesti ed editoria, troviamo nuovamente i contributi di Branzaglia[69] che continua a indagare i fenomeni delle subculture musicali, della moda, della cultura giovanile, laddove la sperimentazione e l'origine del linguaggio digitale è maggiormente ostentato. Branzaglia rivela inoltre uno scenario periferico italiano molto fervido, costellato di progettisti grafici giovani e collocati geograficamente per la maggior parte in Emilia Romagna. Un differente apporto soprattutto sul graphic design internazionale contemporaneo è offerto dall'articolo del medesimo autore, intitolato *Un catalogo per l'opera totale*, in cui espone il lavoro tipografico di Elliott Earls e i suoi cd-rom, descrivendoli come "opere d'arte totali, eredi della tradizione delle avanguardie storiche ma su base interattiva"[70].

La documentazione sui fenomeni della grafica contemporanea non si conclude con le incursioni di Branzaglia, ma un'ulteriore visione soprattutto dello scenario internazionale viene offerta dagli interventi di Antonella Giardina, Valeria Bucchetti e Daniele Baroni che tratteggiano divergenti punti di vista. Da una parte Giardina e Bucchetti riconoscono la diffusione di una grafica destrutturata, discontinua e sfumata, dove si assiste maggiormente alla contaminazione dei linguaggi dei diversi media mescolati assieme per dar vita agli artefatti ideati per i supporti a stampa, compromettendone a volte la loro stessa leggibilità, ovvero i progettisti grafici provano con diversi espedienti a connotare come interattiva la pagina stampata. In particolare nell'articolo di Giardina

66 Si veda: Cerquetti, G., Limoli, L., Volpi, M., *Un periodico integrato*, in "Linea grafica", 5, 1999, pp. 26-35.

67 Cfr. Branzaglia, C., *L'edicola virtuale*, in "Linea grafica", 3, 1997, p. 62.

68 Intervista dell'autrice a Gianni Sinni, Firenze, 02.10.2019.

69 Si vedano: Branzaglia, C., *Questioni di stile*, in "Linea grafica", 1, 1996, pp. 34-43; Branzaglia, C., *Segnali dal video*, in "Linea grafica", 2, 1996, pp. 12-21; Branzaglia, C., *Stili per la musica pop*, in "Linea grafica", 6, 1996, pp. 12-21; Branzaglia, C., *Un catalogo per l'opera totale*, in "Linea grafica", 5, 1997, pp. 60-64; Branzaglia, C., *Prima del digitale*, in "Linea grafica",6, 1997; pp. 44-49; Branzaglia, C., *Il mondo visto da altrove*, in "Linea grafica", 2, 1999, pp. 26-35.

70 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 155.

si individuano le caratteristiche formali tipiche degli elementi grafici realizzati al computer negli anni Novanta, descritti come "forme e segni dai contorni indefiniti e fluttuanti"[71] generati "dalle straordinarie possibilità offerte dal software informatico e nella legittimazione teorica delle nuove visioni"[72]. Inoltre l'autrice tenta di ricondurre a un unico aggettivo la specificità linguistica dei nuovi segni visivi, arrivando persino a definire la grafica di fine Novecento come "grafica sfumata"[73], interprete e traduttrice di fenomeni sempre più complessi che necessitano di segni mobili e di una maggiore fluidità visiva anche sul supporto cartaceo. A ben guardare l'aggettivo attribuito dalla Giardina alla grafica contemporanea ricorda quello usato da Loretta Staples sulla rivista britannica *Eye*, in cui indentifica la sfocatura come elemento connotativo del graphic design degli anni Novanta, riscontrato sia nelle immagini elaborate con il programma Photoshop sia nei contorni delle forme delle lettere progettate da Neville Brody[74].

Parere completamente discordante deriva invece dall'articolo di Baroni che ripercorrendo le sperimentazioni novecentesche della "immagine della complessità"[75] e includendo nella sua trattazione il panorama internazionale degli ultimi due decenni – nella sua analisi sono incluse le riviste come *Emigre*, *Interview* e *Octavo* e i progettisti Brody, David Carson, Scott Makela e Why Not Associates – definisce l'attitudine formale della grafica contemporanea "un manierismo compiacente che soddisfa soltanto chi lo ha realizzato"[76]. Infatti secondo l'autore, la propagazione delle "composizioni estremamente frammentate"[77] tipiche della fine degli anni Ottanta e "la tecnica della sfocatura fotografica"[78], introdotta nel decennio successivo, seppure appaiono sperimentali di contro conducono solamente all'estrema ricerca dell'illeggibilità, cristallizzandosi "in una moda debole di supporti concettuali, capaci solo di produrre epigoni"[79]. Quindi il giudizio di Baroni sulle influenze formali internazionali è molto più *tranchant* rispetto alle riflessioni condotte dalle altre due autrici, arrivando persino a considerare la loro diffusione nella grafica italiana come l'attacco di un vero e proprio "virus"[80].

Invece per quanto riguarda l'ambito del type design *Linea grafica* negli ultimi numeri del decennio ospita una serie di interventi che ne tratteggiano i successivi sviluppi, dedicando loro maggior spazio in forma continuativa. Nello specifico l'indagine della scena soprattutto internazionale viene affidata a un giovanissimo Alessio Leonardi – type designer italiano emigrato a Berlino e co-fondatore della fonderia digitale Fontology – che riporta nei suoi articoli le cronache delle manifestazioni europee di settore come *Typo '96* a Berlino oppure le interviste e gli approfondimenti sulle esperienze di alcuni disegnatori di caratteri come Luc(as) De Groot, Adrian Frutiger e lo studio LettError.

71 Cfr. Giardina, A., *Grafica sfumata*, in "Linea grafica", 3, 1998, p. 24.

72 Ibidem.

73 Ivi, p. 28.

74 Si veda: Staples, L., *What happens when the edges dissolve?*, in "Eye", 18, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/what-happens-when-the-edges-dissolve

75 Cfr. Baroni, D., *L'immagine della complessità*, in "Linea grafica", 5, 1997, pp. 12-23.

76 Ivi, p. 20

77 Ibidem.

78 Ibidem.

79 Ibidem.

80 Ibidem.

Tra gli articoli di Leonardi è significativo il suo punto di vista introdotto in *Cronaca dal mondo dei caratteri*, in cui riconosce alla diffusione del computer il merito di avere da una parte svincolato il designer dalla "lentezza e complessità del processo produttivo, [rendendolo] libero di sperimentare, spingere la potenzialità del mezzo tecnico fino ai suoi limiti fisici"[81], dall'altra semplificato vertiginosamente l'esecuzione del progetto, avvicinando sempre più persone al design e alla tipografia"[82] con la conseguenza di aver aperto a un'area più vasta di individui quello che prima era un lavoro di pochi specialisti. La constatazione di Leonardi descrive in poche parole quali sono gli argomenti trattati all'interno della manifestazione *Typo '96* in relazione alla propagazione del computer e di Internet, ovvero l'annosa questione della tradizione contro l'innovazione, i tipografi professionisti contro gli amatori e come Internet stia di nuovo sovvertendo una serie di regole nella produzione e nella diffusione dei caratteri digitali soprattutto rispetto alla questione dei diritti d'autore – problematica che sarà affrontata anche in altre riviste di settore prese in esame in questa ricerca.

Ad affiancare gli interventi di Leonardi sulle riflessioni tipografiche contemporanee c'è anche il contributo di Giardina che si focalizza maggiormente e in modo generico sull'estetica delle nuove forme tipo/grafiche. Con la sua tesi avvalora gli aspetti espressivi della scrittura, rappresentativi di ciò che lei identifica come nuova grafica, ovvero "una grafica esplorativa e d'espressione che si ispira a una logica il più delle volte regolata dell'associazione mentale, dalla contaminazione culturale, dall'assimilazioni di sonorità similari, dai legami e dai nessi immaginifici"[83] potenziati dall'uso del computer. Quindi ancora una volta l'autrice attribuisce le caratteristiche formali e visivi della grafica della fine degli anni Novanta alla mescolanza di diversi fattori, specchio della complessità dello scenario di quegli anni.

Nel mentre si avvicina il passaggio al nuovo millennio, negli articoli di chiusura del decennio della rivista si evidenzia fra l'altro proprio la tarda presa di coscienza del cambiamento introdotto dal computer, in un periodo in cui oramai è ampiamente avvenuto e dove sempre più la strumentazione digitale pervade lo scenario grafico italiano. Tralasciando la ritardata consapevolezza riscontrata nelle pagine di *Linea grafica* è evidente, come scrive Dalla Mura, "lo spaesamento innescato a vari livelli dall'informatizzazione della comunicazione e dalla tecnologia *tout court*, dalla democratizzazione degli strumenti di produzione grafica alla ibridazione dei media e del sistema degli oggetti, alla globalizzazione"[84], ma contemporaneamente è chiaro anche un atteggiamento timoroso e controverso, più e più volte emerso nell'analisi della rivista. A posteriori viene da chiedersi se e quanto abbia condizionato per anni il dibattito sul digitale, influenzando molto probabilmente direttamente o indirettamente la comunità dei graphic designer italiani.

Inoltre se da questa disamina emerge l'effettiva presenza di un confronto utile ad accompagnare e orientare i progettisti verso l'accettazione delle nuove tecnologie, dei nuovi ambiti di progetto e dei nuovi supporti cercando di fornire un scenario più o meno ampio attraverso l'uso ricorrente di esempi, ciò che realmente si percepisce però è un racconto narrato attraverso la costante dicotomia e opposizione tra progetto e tecnologia, tra designer e tecnici/informatici senza l'avvertenza di una vera e propria inclusione. Anzi, soprattutto negli articoli degli anni Novanta il quadro emergente è quello di una

81 Cfr. Leonardi, A., *Cronache dal mondo dei caratteri*, in "Linea grafica", 1, 1997, p. 22.

82 Ibidem.

83 Cfr. Giardina, A., Nuove forme tipo/grafiche, in "Linea grafica", 1, 1999, p. 32.

84 Cfr. Dalla Mura, M., *Qualcosa che non*..., p. 157.

rivoluzione già avvenuta e inavvertita con cui a un certo punto è stato necessario confrontarsi per poter da una parte fare il punto dello *status* della professione e dall'altra comprendere le direzioni da intraprendere in un periodo dove è sempre più esplicita la convivenza dei diversi mass media.

Per concludere rafforza queste possibili chiavi di lettura l'editoriale di Baule del primo numero del nuovo millennio, il quale afferma che "alla fine di una fase storica, si fa più attento lo sguardo sul presente e sull'immediato futuro. E la fase che si conclude è quella dell'unicità, o della centralità assoluta del supporto cartaceo, è una perdita di egemonia. Si apre invece la fase della convivenza di supporti diversi, forse di un antagonismo, probabilmente di un'integrazione in continuo divenire"[85].

3.1.2 Il computer, il *desktop publishing* e gli strumenti elettronici come nuove tecnologie nelle pagine di *Graphicus* (1984-1998)

La testata *Graphicus. Rassegna mensile del progresso grafico* (1920-2017)[86] si occupa, fin dalla sua fondazione, specialmente degli aspetti tecnici della produzione grafica ed editoriale e si rivolge più alle aziende e agli stampatori che ai progettisti. Nell'arco di tempo esaminato, affronta perciò la questione soprattutto del cambiamento dal punto di vista della strumentazione della stampa. Ad esempio, nel redazionale del 1984 *Nuovi caratteri Compugraphic per modificazione elettronica* nella sezione *Notiziario* riporta "Oggi grazie alle velocissime compositrici elettroniche, comprendenti anche la Compugraphic MCS, la forma del carattere si è liberata da qualsiasi vincolo fisico: essa è digitalizzabile! Questo significa che è possibile modificare elettronicamente ogni carattere"[87], testimoniando principalmente l'avvento di nuove strumentazioni elettroniche in grado – come nel caso della macchina Compugraphic MCS – di digitalizzare la forma della tipografia e ne esalta la portata rivoluzionaria indicandolo come "il primo e più significativo avvenimento nel campo grafico dopo l'invenzione dei caratteri mobili"[88].

Un aspetto interessante, che si ricava dallo spoglio di *Graphicus* è che, a dispetto di *Linea Grafica*, la testata dedica già a partire dal 1988 alcuni articoli al tema del *desktop publishing*[89]. In essi si rende conto dei vantaggi che apporterà il nuovo sistema al mondo della grafica, indentificandone *in primis* i principali destinatari non soltanto nelle "aziende grafiche, ma [in] agenzie pubblicitarie, grafici, reparti di marketing"[90] e, in secondo luogo, dei benefici in termini di tempo derivanti dalla composizione di grafica digitale rispetto a ciò che fino ad allora "doveva essere composto o disegnato, riprodotto e montato" a

85 Baule, G., *editoriale Il millennio di carta*, in "Linea grafica", p. 12.

86 *Graphicus* è una rivista specializzata sul mondo grafico-editoriale che nasce a Torino nel 1911 col titolo *Piemonte Grafico*, divenendo la testata attuale nel 1920 sotto la direzione di Luigi Gianolio, anche se la sua pubblicazione risulta essere discontinua. L'obiettivo della rivista era di fornire un supporto culturale e professionale ai tecnici che svolgevano un ruolo fondamentale nell'industria delle tecniche tipografiche, presentando articoli che promuovevano sia le tecniche di stampa che i macchinari più innovativi per la produzione e la stampa stessa.

87 Nuovi caratteri Compugraphic per modificazione elettronica, in "Graphicus", 796, novembre 1984, p. 34.

88 Cfr. Ibidem.

89 Friemel, E., *Desk top publishing: un'opportunità da cogliere al volo*, in "Graphicus", 836, marzo 1988, pp. 34-35; Lovera, A., *Il desk top publishing: rivoluzione nell'editoria*, in "Graphicus", 836, marzo 1988, pp. 38-39; Lovera, L., *Ombre e luci del desktop publishing in un'analisi dell'Eurographic Press*, in "Graphicus", 838, maggio 1988, pp. 30-31.

90 Cfr. Friemel, E., Desk top..., cit.

mano. Nel marzo 1988, a questo proposito, Eberhard Friemel[91] non valorizza soltanto la velocizzazione dei tempi di realizzazione degli elaborati grafici ma apprezza l'eliminazione di alcuni processi legati alla composizione tipografica, tanto da scrivere che "«la tipografia da tavolo» è più veloce, perché elimina il percorso di andata e ritorno dal compositore"[92].

L'autore non si limita unicamente a individuare i vantaggi ma fornisce anche un'attenta analisi di quali potrebbero essere gli svantaggi del nuovo sistema digitale. Nello specifico ciò che emerge sono: i costi elevati della strumentazione; i tempi dilatati per la richiesta di assistenza a causa della presenza di pochissimi rivenditori sul territorio; l'esperienza e le conoscenze del compositore professionista non possono essere sostituite dal computer. Quest'ultimo punto evidenzia che, per quanto il funzionamento del computer non sia difficile da apprendere, "la progettazione tipografica e grafica richiedono delle cognizioni di base ed esperienza", di conseguenza né il computer né i programmi specifici per la progettazione avrebbero potuto sostituire le conoscenze dei professionisti.

Un'ulteriore aspetto che si evince da una serie di articoli pubblicati in *Graphicus*[93] è l'utilizzo del computer fin da subito – ovvero dal 1984 – nell'ambito della progettazione e della produzione dei caratteri tipografici, testimoniando così che in Italia i disegnatori di caratteri e le tipografie hanno adottato la strumentazione elettronica e digitale qualche anno prima rispetto ai progettisti grafici[94].

Inoltre nelle pagine di *Graphicus*, seppure appena accennato, si inizia a discutere delle possibili conseguenze dei sistemi elettronici compatti a colori sulla modifica del rapporto tra gli studi grafici[95] e i centri di prestampa e stampa. Secondo Jaspert, l'uso della nuova tecnologia avrebbe "potuto indurre alcuni di questi gruppi nella tentazione di farsi da soli composizione e riproduzione [dei caratteri]"[96]. A tal proposito per confermare lo scenario anticipato da Jaspert, Gianluigi Pescolderung, uno dei progettisti operativi negli anni indagati, afferma che "aver acquistato il computer nel 1989 è stato per lo Studio Tapiro come avere 'la fotocomposizione a casa' – prendendo in prestito le parole di Massimo Dolcini –, arriverà soltanto dopo il trattamento della figura/immagine col computer. La fotocomposizione in quegli anni è stato il processo più avanzato e più in uso di composizione della scrittura nelle tipografie. L'aspetto più interessante del computer è stato l'approccio nuovo alla composizione tipografica, che consisteva nel far diventare il grafico l'operatore direttamente coinvolto in questa fotocomposizione 'indiretta'"[97].

Il presagio di Jaspert non si avvera soltanto nelle parole di Pescolderung, ma trova ulteriore fondamento quattro anni dopo, sempre nelle pagine della rivista, nel testo di Alberto Lovera, *Il desk top publishing: rivoluzione nell'editoria*, in cui scrive che "gli autori non si limitano più alla sola creazione lasciando poi agli altri il compito della realizzazione in forma accettabile, ma devono preoccuparsi anche della forma grafica e della correzione degli errori, assumendo così maggior lavoro (e maggiore responsabilità)"[98].

A questa nuova organizzazione del lavoro del progettista grafico per Lovera segue l'esigenza di avere in studio il personale qualificato che possieda una varietà di competenze integrando le conoscenze grafiche – come le nozioni basilari di tipografia e l'occhio attento agli errori e alle imperfezioni – con un minimo di informatica. Infatti ciò che accadde negli studi dimensionalmente più grandi fu di affidare l'uso delle nuove strumentazioni a giovani progettisti grafici per la loro dimestichezza con il computer, ma ancora acerbi rispetto al lavoro grafico; di contro gli studi più piccoli, come Studio Tapiro o LCD Graphics[99], curiosi ed entusiasti delle possibilità delle nuove tecnologie si approcciarono ad esse da autodidatti.

Queste sono finora le poche riflessioni contenute all'interno di *Graphicus*, in quanto i restanti articoli analizzati per lo spoglio, pur utilizzando nei titoli i termini computer o computerizzazione, affrontano l'avvento della strumentazione elettronica e digitale dal punto di vista delle aziende produttrici dei macchinari, diventando così vetrina per i possibili utenti, oppure da quello dell'editore che modernizza la catena di produzione. Il caso illustrato dell'editore milanese Pirola[100] è emblematico a questo proposito. Quest'ultimo racconta la sua esperienza spiegando le modifiche del ciclo di lavoro dell'azienda con l'introduzione della fotocomposizione e della gestione computerizzata dei testi grazie all'uso del lettore ottico Kurzweil 4000 nella fase di redazione, e auspica un maggiore coinvolgimento della tecnologia in altri passaggi del lavoro editoriale per facilitare e velocizzare le operazioni stesse. La testimonianza denota ulteriormente che il dibattito all'interno di *Graphicus* è condotto principalmente da tecnici tipografi, esperti di macchinari e dirigenti aziendali, non da progettisti grafici. *Graphicus* pertanto, fedele in questi anni alla propria linea editoriale, non sviluppa – se non con qualche accenno nei pochi articoli esaminati – un dibattito che coinvolga i progettisti grafici, mantenendo il piano della discussione sulle ragioni e le conseguenze tecniche dell'avvento del digitale, ed evitando di affrontare la trasformazione dei linguaggi visivi.

91 Eberhard Friemel è stato responsabile dell'area tedesca dell'azienda Linotype e autore di pubblicazioni sulla fotocomposizione.

92 Ibidem.

93 Si vedano gli altri articoli presenti in *Graphicus* (spoglio della rivista dal 1984 al 1998) sull'introduzione della strumentazione digitale: Massei, M.R., (a cura di), *Come cambierà l'industria delle comunicazioni*, in "Graphicus", 797, dicembre 1984, pp. 2-3; Mercalli, M., *Come computerizzare il giornale*, in "Graphicus", 797, dicembre 1984, pp. 4-5; Lovera, L., *Dal piombo all'elettronica: l'esperienza dell'editore Pirola*, in "Graphicus", 814, maggio 1986, pp. 8-9; *Xenotron: per impaginare testo e grafici*, in "Graphicus", 822, gennaio 1987, p. 24; Girandello, G., *Grafici e computer allo Smau*, in "Graphicus", 833, dicembre 1987, pp. 30-31; *Anni '90 dalla parte dell'utilizzatore*, in "Graphicus", 833, dicembre 1987, p. 35.

94 Il fatto è riportato molti anni dopo nell'articolo di Luciano Perondi,*"Digital type" di Robin Kinross* e nelle testimonianze ricavate dalle fonti orali interpellate. Si veda: Perondi, L.,*"Digital type" di Robin Kinross*, in Dalla Mura, M., Riccini, R., Vinti, C.,(a cura di), *Gli anni del contatto: graphic design, nuove tecnologie e nuovi media,* in "AIS/Design Journal Storie e Ricerche", 8, ottobre 2016. Disponibile online: www.aisdesign.org/aisd/archivio-ai-sdesign-storia-e-ricerche#ser6 [31.05.2019]. Si veda anche: Gottschall, E., *The state of the art in typeface design protection*, in "Visible Language", 19, 1, 1985, pp. 149-156. Disponibile online: https://s3-us-west-2.amazonaws.com/visiblelanguage/pdf/V19N1_1985_E.pdf [31.05.2019].

95 In questo caso si parla di agenzie di pubblicità riferendosi all'intervento di W. Pincus Jaspert (1926-2015) tedesco di nascita, ma inglese di adozione, ha svolto nella sua carriera diversi incarichi professionali da progettista grafico a editore, ma è importante soprattutto perché negli anni ha documentato lo sviluppo dell'industria della stampa sotto diversi aspetti ed è stato autore di più pubblicazioni sulla tipografia, tra cui *Encyclopaedia of Type Faces* (1990).

96 Jaspert, W. P., *Lo stato attuale dell'arte*, in Massei, M.R., (a cura di), *Come cambierà l'industria delle comunicazioni*, in "Graphicus", 797, dicembre 1984, p. 2.

97 Intervista dell'autrice a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019.

98 Cfr. Lovera, A., Il desk top publishing..., p. 39.

99 Intervista dell'autrice a Gianni Sinni, Firenze 02.10.2019.

100 Cfr. Lovera, L., *Dal piombo all'elettronica...,* p. 9.

3.2 L'Aiap come luogo di osservazione dello scenario grafico in transizione

Per completare la panoramica delle riflessioni scaturite internamente alla comunità dei grafici italiani e condotte nelle riviste è fondamentale prendere in considerazione non solo i periodici ma anche lo sguardo più istituzionale proveniente dell'Aiap, l'associazione italiana della comunicazione visiva, la quale fin dal 1955 si prefigge di tutelare e promuove il riconoscimento dell'identità professionale del progettista grafico.

Come già affrontato nel paragrafo 2.2 *L'eredità della grafica di Pubblica Utilità e la Carta del progetto grafico,* l'Aiap negli anni indagati dalla ricerca conduce una serie di cambiamenti. Questi portano da un lato all'apertura dell'associazione verso nuove realtà professionali territoriali non più legate solo all'area milanese e dall'altro alla stesura della *Carta del progetto grafico,* un documento redatto da professionisti e da studiosi del settore, in cui si delineano le caratteristiche della disciplina della grafica e si stabilisce un codice deontologico del lavoro.

All'attività di sostegno e promozione del riconoscimento sociale del mestiere del grafico, l'Aiap affianca da sempre un intenso lavoro editoriale, prima attraverso la pubblicazione di un bollettino interno all'associazione che offre sia informazioni sul proprio operato sia approfondimenti sulla cultura del progetto in genere, e dopo attraverso il sostegno alla stampa della prima importante rivista teorica-storica pubblicata in Italia, *Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia* (1985-1995)[101].

Viste le dichiarazioni di intenti e le caratteristiche identitarie dell'associazione queste potrebbero essere sufficienti per configurare le attività editoriali interne come luoghi ideali di discussione dei cambiamenti in atto della professione con l'introduzione della strumentazione digitale. Tuttavia dall'analisi effettuata emerge soprattutto la quasi estraneità dell'organizzazione a queste questioni, fino a sembrare in difficoltà in quegli anni nel diventare portavoce delle nuove istanze e apparentemente lontana dalle esigenze espressive dei progettisti emergenti.

Tale atteggiamento di indifferenza verso il nuovo si ritrova spesso nelle testimonianze dei graphic designer coinvolti in prima persona nel cambiamento, ad esempio Alessandro Jumbo Manfredini racconta come la rivista *Climax* – il periodico sarà affrontato come caso studio nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* – e i progetti della generazione di grafici che orbitano attorno ad essa siano considerati "meri esperimenti lontani dalla vera essenza del progetto grafico"[102].

Il disinteresse e distacco generazionale dell'Aiap può essere riassunto anche attraverso la riflessione di Sergio Menichelli[103] che descrive la generazione precedente alla sua – i nati tra 1940 e il 1959 che Mario Piazza inserisce nel periodo nominato *Criticism. Graphic design for social use* –[104], ossia la 'generazione di mezzo', come incapace di creare nuove figure professionali di riferimento perché ancora legati ai noti 'maestri del design' e ai loro linguaggi visivi come metro di paragone e confronto. Così il vuoto che si viene a formare è colmato con l'attenzione verso l'estero e genera l'assenza di dibattito di cui si sta ricostruendo la genesi. Sempre secondo Menichelli, sarà l'elezione di Piazza[105] a presidente dell'Aiap nel 1992 a condurre l'associazione verso un tentativo di apertura nei riguardi della generazione del digitale, proposito che porterà inoltre all'istituzione di un bollettino interno totalmente rinnovato, *Notizie Aiap,* e della rivista *Progetto grafico* nel 2003.

Le posizioni dell'Aiap emerse finora sono in parte rilevanti anche per comprendere meglio le dinamiche della formazione di nuove aree geografiche più accoglienti verso i nuovi linguaggi e le sperimentazioni digitali e che si collocano perifericamente rispetto allo storico centrismo milanese del design.

Ritornando però alla discussione sulle edizioni Aiap come luoghi del confronto, come si noterà nei prossimi paragrafi, lo scenario che si profila è davvero esiguo e le testimonianze sul rapporto progettisti grafici e nuovo strumento di progetto, nella fattispecie il computer, sono quasi irrilevanti, inoltre spesso emerge negli articoli esaminati un atteggiamento conservatore da parte di alcuni soci, al contempo autori di articoli, rispetto alle nuove tecnologie e ai linguaggi espressivi che stanno prendendo piede.

3.2.1 Dall'ideazione di *Grafica* (1985-1995) ai numeri di *Notizie Aiap* (1992- 2001), una rivoluzione poco avvertita

Prima di inoltrarsi nell'analisi delle pubblicazioni Aiap è utile distinguere il periodico *Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia* dai bollettini interni dell'Aiap, perché nascono con obiettivi diversi e trattano questioni tematiche differenti.

3.2.1.1 Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia

La prima Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia (1985-1995) è incentrata su questioni teoriche, storiche e metodologiche del progetto grafico così come suggerisce il suo titolo. I suoi intenti sono chiari nella premessa di Valeriano Piozzi, presidente Aiap in carica nel 1985, che descrive la testata come "uno spazio che tenta di coinvolgere al dibattito disciplinare studiosi di differente formazione e impegnati nelle aree più prossime: dalla storia del libro alla critica d'arte; dall'estetica alla semiologia, alla teoria dell'informazione"[106] e la configura come un possibile luogo di riflessione sulla metodologia che dovrebbe sostenere il lavoro del progettista grafico.

Inoltre questo periodico è fortemente voluto dalle delegazioni regionali Aiap, in particolar modo dal Comitato interregionale del Mezzogiorno, rappresentato dai portavoce Gelsomino D'Ambrosio e Pino Grimaldi, e questa volontà, come sottolinea sempre Piozzi nella premessa, "testimonia la vivacità d'iniziativa dei gruppi regionali dell'Associazione nella sua dimensione nazionale"[107].

Da questi aspetti si evince, come già sostenuto precedentemente, il proposito dell'Associazione di aprirsi alle diverse realtà territoriali e progettuali italiane al di fuori della più conosciuta area lombarda del graphic design.

Ritornando agli aspetti legati al dibattito sul digitale e la professione in Italia, un primo accenno alle nuove strumentazioni in uso in quegli anni si trova per la prima volta

101 Per comprendere meglio il ruolo dell'Aiap è importante sottolineare come le attività editoriali in corso negli anni Ottanta e Novanta non sono mai state interrotte, anzi, sono state incrementate da una parte sancendo la nascita di nuove collane e dall'altra con la trasformazione nel 2001 del bollettino interno *Notizie Aiap* nella rivista *Progetto grafico*, tuttora pubblicata.

102 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini, pp. 484-493.

103 Intervista dell'autrice via Skype a Sergio Virginio Menichelli, 9.04.2020, pp. 504-507.

104 Piazza, M., *Graphic design and the history of graphic design in Italy*, in Benincasa A., Camuffo, G., Dalla Mura, M., Upmeier, C., Vinti, C. (a cura di), *Graphic design: history and practice*, Bolzano: bu,press, 2016, p. 112.

105 Mario Piazza sarà presidente dell'Aiap dal 1992 al 2006.

106 Piozzi, V., *Premessa*, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 0, 1985, p. 5.

107 Ibidem.

nell'articolo del 1986 del filosofo Mario Costa, *Sull'essenza delle nuove immagini*[108], in cui si discute del cambiamento di paradigma del concetto di immagine in relazione all'elettronica e all'intervento di numerose nuove tecnologie. La posizione di Costa si articola soprattutto attraverso l'analisi di questo passaggio interpretato da tre principali punti di vista: quello tecnico o della 'produzione dell'apparire'; quello fenomenologico o dei 'modi dell'apparire'; quello ontologico o del 'senso dell'apparire'[109]. Questi tre ordini di considerazione si riferiscono però delle arti figurative e non quello della comunicazione visiva, non tenendo conto così dell'essenza fondamentale del progetto grafico che è costituito da due principali elementi, il testo e l'immagine. Costa infatti riporta le reazioni che le immagini elettroniche stanno suscitando nel mondo dell'arte, paragonandole all'ostilità e all'inquietudine con cui fu accolta la fotografia, ma non tratta quelle dei progettisti grafici.

Nonostante faccia riferimento alla disciplina dell'arte, Costa riesce comunque a tratteggiare attraverso i primi due punti di vista individuati le caratteristiche delle immagini elettroniche. Partendo da quello della produzione tecnica individua i principi di costruzione di quella che chiama 'immagine digitale', ossia un'immagine generata dall'alternanza di un linguaggio numerico universale basato sulle due unità del sistema binario 0 e 1. Il computer, secondo Costa, "trasforma qualunque immagine in un quadro numerico e la conserva, così tradotta, nella sua memoria; questa scrittura dell'immagine in forma numerica costituisce nel dominio dell'immagine una rivoluzione la cui portata è ancora difficile da valutare"[110]. Questa componente tecnica, secondo l'autore, porta a uno scarso approfondimento teoretico da parte degli artisti figurativi e lascia che la questione venga dibattuta solo su un piano prevalentemente tecnico-scientifico ed è questa la ragione che lo spinge ad interrogarsi sull'essenza delle immagini elettroniche.

Grazie al punto di vista tecnico Costa individua anche una serie di caratteristiche che affidano nuovi connotati al concetto di immagine, come l'acquisizione della leggerezza e l'emancipazione dal supporto e da ogni matrice analogica, tutte ipotesi che oggi verrebbero in parte contestate.

Se questa è la chiave di lettura tecnica dell'immagine elettronica o digitale, la seconda utilizzata è quella fenomenologica, in cui Costa afferma che il linguaggio numerico del computer conferisce alla produzione delle immagini delle possibilità infinite, poiché questo nuovo strumento può realizzare qualsiasi specie di immagine e di movimento, arrivando persino a simulare i trattamenti di tipo pittorico o foto-chimico o videoelettronico, ovvero il conferimento della tecnica analogica con cui le immagini vengono realizzate precedentemente, ad esempio l'effetto del tratto della matita o quello del carboncino. In questo modo Costa sottolinea la capacità del computer di confezionare sia immagini realistiche che immagini fino ad allora 'inesistenti' o difficilmente immaginabili, piuttosto che la creazione di nuove categorie di immagini digitali ancora in via di sviluppo come quelle tridimensionali o interattive.

Dal punto di vista estetico, l'informatica "ha messo a disposizione della creazione artistica un universo di forme e di possibilità"[111], una scienza della visione polimorfa che richiede però particolari competenze e contemporaneamente un complesso di

108 Costa, M., Sull'essenza delle nuove immagini, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 2, 1986, pp. 7-16. Mario Costa (1936-) è un filosofo conosciuto, in particolare, per aver studiato le conseguenze, nell'arte figurativa e nell'estetica, delle nuove tecnologie, introducendo nel dibattito internazionale una nuova prospettiva teorica, attraverso concetti come 'estetica della comunicazione', 'sublime tecnologico' ed 'estetica del flusso'.

109 Ivi, p. 7.

110 Ivi, p. 11.

111 Ivi, p. 13.

condizioni e di costi difficilmente affrontabili da un singolo individuo, ragione per cui Costa dichiara la necessità di un intervento da parte della politica e dello Stato affinché si costituisca un programma di insegnamenti, l'istituzione di strutture di ricerca e molto altro, come sta avvenendo nella vicina Francia.

Va rilevato che a partire dal 1985, così come testimonia Maria Grazia Mattei[112], sarà proprio l'assenza di interesse da parte dello Stato italiano e dell'opinione pubblica che spingerà alcune singole realtà culturali di provincia verso l'ideazione di piccole iniziative sparse su tutto il territorio che promuoveranno la nuova cultura prima elettronica e poi digitale, come il Festival Arte Elettronica di Camerino o VideoSet a Ferrara, rassegne a cui prenderanno parte alcuni grafici italiani cimentandosi in nuovi ambiti progettuali[113].

Per trovare un articolo che discuta come il computer sta cambiando la professione del grafico, bisognerà *aspettare* la pubblicazione nel 1988 del contributo di Daniele Turchi[114], *Chi ci aiuta a progettare? Il computer, al limite*[115]. Difatti il testo, come lascia presagire il titolo, prova a illustrare un lavoro – il progetto di quattro brevi sigle televisive commissionato da Ikon 2000 per la Rai –, in cui egli stesso si avvale del computer, e nello specifico il progettista-autore cerca di proporre alcuni spunti metodologici e teorici partendo dal progetto realizzato.

Nell'articolo Turchi premette che "in questo caso il computer è stato usato come strumento progettuale e non per la realizzazione del prodotto finito"[116], permettendogli così una maggiore disinvoltura nel lavorare con alcune "limitazioni tecniche" date dall'uso limitato dei colori e dalla necessità di dovere progettare in bassa risoluzione. Questi vincoli potrebbero inficiare la resa finale, dove la percezione del pixel avrebbe reso segmentato il segno e di conseguenza più ardua la realizzazione di disegni con tanti dettagli, ragione per cui si è prediletto l'uso del computer. Inoltre, secondo il progettista-autore, la strumentazione digitale dava la possibilità di presentare al committente prototipi di "un buon livello tecnico"[117], con caratteristiche visive molto vicine alla qualità di un progetto finito.

Il progetto affrontato da Turchi, come anticipato precedentemente, riguarda la realizzazione di quattro brevi sigle da tre secondi l'una, delle proposte progettuali di intermezzi pubblicitari televisivi. Per la produzione di ciascuna sigla produce dalle 25 alle 50 schermate, ognuna di esse successivamente riversata su un nastro magnetico e montata per poter essere presentata al committente su videocassetta.

Il progettista-autore, per sottolineare l'utilizzo del computer come strumento di progetto, decide di precisare all'interno della rivista che il lavoro è realizzato in parte con il personal computer *Amiga* della Commodore e in parte con alcune strumentazioni tecniche cinematografiche. Si rende così nota all'interno di una produzione editoriale

112 Intervista dell'autrice via Skype a Maria Grazia Mattei, 16.04.2020, pp. 500-503.

113 Si veda il capitolo 4. *La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative*, in cui si approfondiranno le iniziative esterne alla comunità del progetto grafico, in cui si discute di nuove tecnologie e vengono coinvolti alcuni progettisti grafici italiani appartenenti a nuovi ambiti del progetto , come la videografica.

114 Daniele Turchi (1952-2009) progettista grafico che a Roma è stato protagonista di iniziative, progetti, discussioni, confronti, in particolare negli anni Ottanta e Novanta in cui fu molto attiva la delegazione regionale dell'Associazione. Per trent'anni ha lavorato con Giovanni Lussu e Paola Trucco.

115 Turchi, D., *Chi ci aiuta a progettare? Il computer, al limite, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 6, 1988, pp. 97-107.*

116 Ivi, p. 97.

117 Ivi, p. 99.

la strumentazione utilizzata, atteggiamento non usuale nell'editoria italiana di settore, a dispetto di quella estera che a partire già dai primi anni Novanta inserisce nei colophon dei libri la dicitura 'realizzato o progettato con il computer' e addirittura in alcuni casi venivano specificati anche i nomi dei programmi usati, per evidenziare ulteriormente il cambiamento in atto[118].

Ritornando all'articolo, Turchi descrive nello specifico quali sono i passaggi digitali di produzione di ciascuna proposta di sigla per far comprendere il tipo di lavoro svolto. Ad ogni realizzazione viene assegnato un titolo di riferimento – *Mani*, *Zoom*, *Semi* e *Slot* –[119], e ognuna di esse possiede una peculiarità specifica sia nel disegno che nella logica su cui si basa l'idea, perciò ciascuna sigla presenta a sua volta diversi problemi progettuali. Secondo il progettista-autore queste problematicità sono risolte molto più velocemente e con un'estrema precisione soprattutto grazie all'uso del computer; la loro produzione analogica dilaterebbe non soltanto i tempi del lavoro, ma lo renderebbe più complesso tanto più avvicinandosi alla videografica.

Concludendo, Turchi riserva alcune considerazioni all'utilizzo del computer come nuovo mezzo di progetto affermando che "come strumento progettuale, in una dimensione autogestibile, non pone tanti problemi tecnici e di competenza specifica, quanto di approccio progettuale, dove la buona utilizzazione del mezzo è proporzionale alla chiarezza degli obiettivi"[120]. Questa affermazione sottolinea che per l'autore il rapporto tra la fase ideativa e l'elaborazione delle immagini al computer deve essere fluido, il progettista deve avere già ben chiari i passaggi da effettuare e non può semplicemente farsi guidare dalle operazioni semplificate proposte dal nuovo strumento. Il computer in questo caso ha permesso al progettista un maggior controllo sulla fase di realizzazione delle immagini, dandogli la possibilità in itinere di togliere elementi superflui, laddove è necessario, e consentendogli di vedere i risultati finali in tempi reali senza dover aspettare la fine del processo di produzione.

Il pregio del contributo di Turchi è da un lato quello di aver introdotto all'interno di *Grafica* una testimonianza concreta di cosa significhi in quegli anni progettare con il computer, dall'altro di aver condotto una riflessione sul rapporto tra i nuovi mezzi tecnologici e una possibile rinnovata metodologia progettuale.

Di tutt'altra natura è l'articolo del 1990 di Fausto Colombo[121], *Breve storia teorica della computer graphics*[122], dove l'oggetto di indagine è l'immagine prodotta mediante il computer – si sta parlando di tutto ciò che attualmente viene assimilato con la parola *render* – dal punto di vista di un teorico e non di un progettista, che affronta da una parte il significato semantico della dicitura *computer graphics*, dall'altra la genesi e l'evoluzione di questi sistemi di disegno computerizzati. Anche in questo contributo con il termine *computer graphics*, come già visto in *Linea Grafica*, si identificano quelle immagini tridimensionali realizzate con il computer e i programmi di modellazione a CAD (Computer Assisted Design) e non la produzione grafica prodotta con gli strumenti digitali. Di conseguenza Colombo descrive l'evoluzione dei sistemi di tracciamento, i quali passano prima dal disegno bidimensionale e successivamente a quello tridimensionale, perciò la *computer graphics* rende possibile la simulazione non solo di oggetti o superfici tridimensionali, ma soprattutto di spazi tridimensionali strettamente collegati poi con l'ambito delle animazioni.

Se finora nelle pagine di *Grafica* sono affrontate le questioni legate al digitale dai punti di vista metodologici e teorici, un'eccezione è documentabile con l'articolo, apparso sempre nel numero 9 del 1990, di Gelsomino D'Ambrosio e Pino Grimaldi, *Entrare in campo: la videografica di Convertino*[123]. Il testo esamina per la prima volta un caso studio complesso di videografica – nuovo ambito progettuale degli anni Ottanta, nato proprio grazie all'introduzione della strumentazione digitale – analizzando il programma televisivo sportivo *Italia '90* del progettista grafico Mario Convertino.

Il lavoro dedicato ai mondiali di calcio viene riportato nell'articolo in modo analitico, soffermandosi soprattutto sugli aspetti progettuali – la gabbia della sigla, la tipografia –, ma la trattazione assume una forma descrittiva più che adottare un approccio critico – allora ancora troppo prematuro – per poter comprendere la portata sperimentale e pionieristica per quel periodo della grafica televisiva di Convertino. D'Ambrosio e Grimaldi commentano il progetto di videografica e il rapporto del progettista con la tecnologia digitale in questo modo: "Ogni disciplina declina numerose articolazioni; ogni tecnologia possiede le sue leggi, in ogni caso le problematiche sono differenti, gli aspetti cosiddetti «tecnici» sono diversi, quello che cambia sono le tematiche di fondo. E se la grafica è organizzazione di parola e immagine, traduzione in immagine della scrittura, con le sue leggi secolari, la videografica e che una delle possibili declinazioni della disciplina"[124], senza ulteriori approfondimenti. Semmai per ultimo ciò che si evince dal testo ribadisce una posizione consolidata e comune fra i grafici, ovvero "del progettista è l'intelligenza che vince, il modo con il quale affronta i problemi ed il dominio che riesce ad avere sulle «macchine»"[125].

Dal 1990 al 1995, anno in cui si conclude l'esperienza di *Grafica*, questo resta l'ultimo contributo che indaga sulla grafica contemporanea italiana in relazione alle nuove strumentazioni.

118 Si vedano i progetti editoriali curati e progettati da April Greiman e i volumi dei nei primi anni Novanta che hanno affrontato la tematica del rapporto tra progettisti grafici e computer: Burns, D., *Designers on Mac*, Tokyo: Graphic-sha Pubblishing, 1992; Greiman, A., *Hybrid imagery: the fusion of technology and graphic design*, London: Architecture design and technology press, 1990; Greiman, A., *April Greiman: floting ideas into time and space*, London: Thames and Hudson, 1998; Greiman, A., Janigian, A., *Something for nothing*, East Sussex, UK: RotoVision SA, 2001; Labuz, R., *The computer in graphic design from technology to style*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.

119 In *Mani* viene rappresentato un gesto reale, due mani che distribuiscono delle carte da poker. Nella prima inquadratura appaiono i soggetti ripresi dal vero che successivamente sono digitalizzati fino all'apparizione delle carte aperte a ventaglio in vettoriale. Quest'ultime animate danno vita a un vortice di spirali, ognuna delle quali raffigura il segno delle carte (cuori, picche, quadri, semi).
Invece l'intermezzo *Semi* è fin da subito realizzato in vettoriale, mostrando attraverso l'animazione sfalsata nei tempi di azione la trasformazione dei semi in fiori.
Slot gioca su quattro figure base dal profilo simile – un pesce, una nuvola, un panino e un aeroplano – suddivise in quattro parti che vengono digitalmente composte casualmente tra di loro, simulando il gioco delle slot machine. L'ultima sigla, *Zoom*, tutta l'animazione ruota attorno a una serie di ingrandimenti della figura finale, passando dalla vista frontale di una finestra chiusa che man a mano si apre lasciando spazio a un paesaggio che sarà gradualmente ingrandito, permettendo di intravedere la composizione pixelata dei segni vettoriali.

120 Cit. Turchi, D., *Chi ci aiuta a progettare?..., p. 105*.

121 Fausto Colombo (1955-) è un sociologo milanese che fin dagli inizi della sua carriera si è occupato del legame tra digitalizzazione e trasformazioni sociali.

122 Colombo, F., *Breve storia teorica della Computer Grapichs*, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 9, 1990, pp. 42-47.

123 D'Ambrosio, G., Grimaldi P., *Entrare in campo: la videografica di Convertino*, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 9, 1990, pp. 122-127.

124 Ivi, p. 126.

125 Ivi, p. 127.

3.2.1.2 I bollettini Aiap

Se questo è stato il contributo teorico del periodico promosso dall'Aiap, adesso si ripercorrono di seguito quali sono gli intenti dei bollettini interni dell'associazione e l'apporto dato alla discussione sui cambiamenti in atto negli anni Ottanta e Novanta.

L'unico accenno d'interesse nei *Quaderni Aiap* (1983-1990) verso il personal computer si trova nell'articolo di Licia Zeli, *Pagine da conservare, e-motion & graphic: il convengo di Bologna*, che fa un breve resoconto sul convegno organizzato dall'Aiap stessa e tenutosi a Bologna nell'aprile 1984. Il convegno è descritto come "una giornata di studio e informazione sugli effetti speciali audiovisivi dalla animazione al graphic computer"[126], in cui si presenta agli addetti ai lavori la vasta gamma di possibilità derivanti dall'utilizzo delle nuove apparecchiature elettroniche e dei computer. Come Friemel, la Zeli elenca una serie di vantaggi e svantaggi e sottolinea come il computer sia solo uno strumento nelle mani dei progettisti e che a questi ultimi è demandata la responsabilità della riuscita di un progetto. Il computer è atto a potenziare le capacità creative dei progettisti e a velocizzare i processi di produzione. Se questi sono i pregi della nuova strumentazione tecnica, gli svantaggi sono legati soprattutto ai costi delle apparecchiature e degli aggiornamenti dei programmi, ancora troppo elevati, e alla necessità di avere da un lato dei progettisti preparati e dall'altro una committenza da educare sulle reali possibilità di questi mezzi, in modo da evitare che vengano richiesti "effetti" non ancora effettivamente realizzabili.

L'argomento quindi non pare destare attenzione all'interno dell'attività divulgativo-informativa dell'Associazione verso i soci e si dovrà aspettare la metà del decennio successivo per assistere a un cambiamento con la pubblicazione di *Notizie Aiap*. Fin dai primi numeri il nuovo bollettino sembra approfondire con maggiori argomentazioni le tematiche appena abbozzate nella precedente pubblicazione, i sommari diventano più articolati e si nota un superiore interesse verso il panorama europeo con la rassegna curata da Gianfranco Torri, *Dall'Europa*, un osservatorio sulle principali iniziative europee nell'ambito del graphic design. Vengono presentate le mostre e i convegni promossi sia dalle associazioni che da enti privati, ma purtroppo anche questo non sembra essere il luogo adatto per elaborare una critica costruttiva sul panorama internazionale.

Bisogna aspettare il 1995 per trovare un articolo sulle iniziative italiane di promozione della cultura grafica contemporanea estera, nello specifico quello di Mauro Panzeri[127], *Dall'altro mondo. Fortuny graphic a Venezia*, che promuove gli eventi curati a Venezia dal progettista grafico Giorgio Camuffo, ossia una settimana di workshop per studenti e professionisti e un incontro pubblico in collaborazione con il Museo Fortuny. Ospiti internazionali del workshop e dell'incontro sono Tibor Kalman[128], Hamish Muir[129] e David Carson[130], progettisti grafici che rappresentano tre distinti approcci al progetto, accumunati però dalla forte propensione alla sperimentazione tipografica e alla decostruzione delle griglie. In particolar modo Miur e Carson utilizzano il computer come mezzo per potenziare i propri linguaggi visivi.

Nell'articolo Panzeri riflette per la prima volta su quanto sta accadendo nel campo della grafica con lo sviluppo della strumentazione digitale. L'autore, dopo aver assistito alla presentazione dei lavori dei tre ospiti, descrive "l'onda della grafica internazionale, soprattutto quella di origine americana"[131] come circondata da un'aura di mistero, arrivando a giudicare lo sviluppo delle tecnologie digitali e le nuove tipografie derivate al contempo "miraggio e scandalo", fino a citare il dibattito sollevato nelle riviste estere *Eye* o *Emigre* che riflettono sulle esperienze grafiche alla luce dei nuovi modi di produzione. Panzeri riconosce l'utilità della discussione sorta all'interno delle testate citate e individua dei temi caldi sui quali i progettisti grafici italiani dovrebbero riflettere rispetto alla trasformazione in atto: la leggibilità come problema; la nuova combinazione di testo e immagini e la loro reciproca trasparenza; il nuovo testo che produce una molteplicità di letture, peculiarità costruttiva dei linguaggi video.

Nello stesso numero della rivista, un altro punto di vista sull'introduzione del digitale è dato dal trafiletto *Galassie. Un convegno sulla progettazione industriale e sulla creatività informatizzata*[132] dedicato al convegno *Galassie. I nuovi confini della progettazione industriale e della creatività informatizzata, organizzato* da Smau, Icograda e dal Centro per la grafica informatizzata del Politecnico di Milano e svoltosi il 21 settembre 1995. Il convegno mette a confronto il mondo dell'industria e quello del design sul terreno comune dell'informatizzazione dei processi e tra i relatori afferenti all'area della comunicazione troviamo Ben Bos[133], Giancarlo Iliprandi[134] e Giovanni Anceschi. Quello che emerge dal resoconto pubblicato da *Notizie Aiap* è la difficoltà culturale in Italia ad accettare nell'ambito sia aziendale che progettuale lo sviluppo e il conseguente utilizzo delle strumentazioni digitali, perché secondo Alda Adriano[135], i nuovi sistemi di progettazione realizzati servendosi di modelli matematici comportano un cambiamento non solo metodologico, ma anche di "abitudine percettiva, giacché l'oggetto progettato deve essere valutato unicamente dalla vista". Il fattore mentalità – da parte sia dei progettisti sia dei fruitori di immagini digitali – porta a difendere la tradizione culturale passata e crea diffidenza e preoccupazione verso il nuovo. Bos e Iliprandi, accomunati dallo stesso pensiero, affermano ad esempio che la tendenza delle nuove generazioni è quella di avere una grande dimestichezza col computer senza tuttavia conoscere veramente i linguaggi tipografici o le regole di

126 Zeli, L., *Pagine da conservare, e-motion & graphic: il convengo di Bologna*, in "Quaderni Aiap", 2, dicembre 1984, pp. 8-11. Sulla giornata del convegno di Bologna si veda anche: Dradi, M., A Bologna una giornata tutta graphic emotion, in "Linea Grafica", 3-4, aprile 1984, pp. 24-29. Purtroppo l'Archivio storico del progetto grafico Cdpg dell'Aiap non possiede alcun documento su questo convegno.

127 Mauro Panzeri, progettista grafico, affianca la professione all'insegnamento accademico.

128 Tibor Kalman (Budapest, 1949-Puerto Rico, 1999), ungherese di nascita e newyorkese di adozione, ricopre per diversi anni il ruolo di art editor della rivista *Colors,* prodotta dall'azienda Benetton con Oliviero Toscani. Famoso è il suo lavoro di videografica Nothing but flowers per la rock band Talking Heads. È considerate uno dei maggiori esponenti della grafica vernacolare americana.

129 Hamish Miur (Scotland, 1957), esponente della grafica inglese, è componente dello studio grafico 8vo con il quale realizza la rivista omonima sulla tipografia nell'era digitale.

130 David Carson (Corpus Christi,1955-), californiano, art director di diverse riviste alternative come *Beach Culture* e *Ray Gun*.

131 Panzeri, M., *Dall'altro mondo. Fortuny graphic a Venezia*, in "Notizie Aiap", 3, 1995, pp. 21-22.

132 *Galassie. Un convegno sulla progettazione industriale e sulla creatività informatizzata*, in "Notizie Aiap", 3, 1995, p. 26.

133 Ben Bos, progettista grafico olandese, è tra i fondatori dello studio Total Design nel 1963. Partecipa al convegno come rappresentante olandese dell'AGI – Alliance Graphique Internationale.

134 Giancarlo Iliprandi, progettista grafico milanese, partecipa al convegno come ex presidente dell'Icograda – The International Council of Graphic Design Association, ossia l'organizzazione mondiale per i progettisti grafici.

135 Alda Adriano, architetto torinese specializzata in computer grafica, partecipa al convegno in rappresentanza della STA un'azienda spin-off del Politecnico di Torino che si occupa di formazione di alto livello nell'ambito del design.

composizione di una pagina. Questo atteggiamento li porta a interrogarsi su “quale futuro ci possa essere per la grafica affidata a persone che non sanno tenere una matita in mano?” e la risposta alla quale giungono è che “prima di ogni tecnica, ci deve essere una formazione culturale profonda”, quindi alla fine del convegno si riconosce il ruolo fondamentale della formazione accademica e si demanda la responsabilità alle scuole e agli istituti universitari.
La mancanza di formazione sembra essere in Italia uno dei tanti deterrenti per l’accettazione della strumentazione digitale e la diffusione delle istanze grafiche contemporanee che stanno giungendo dall’estero. Ciò emerge sia in altri due brevi contributi presenti nello stesso numero della rivista nella sezione *Segnalazioni, dal titolo Il grafico e il computer. Tre serate per capirne di più*[136] e Il progetto digitale[137], sia nelle interviste effettuate.

Per giunta sempre nel medesimo numero e nella sezione sopracitata si trova la segnalazione di un ciclo di incontri organizzati a Vittorio Veneto (TV), *Vittorio Veneto Immagine, progettazione, comunicazione*[138], in cui si discutono gli aspetti teorici e pragmatici del rapporto tra progettazione e comunicazione. Fra i diversi interventi quello di Giovanni Baule, I nuovi linguaggi della grafica[139], tratta di come la rivoluzione tecnologica digitale condizioni fortemente e riveda il modo di progettare la grafica e la comunicazione visiva, dando vita a nuovi approcci e un nuovo tipo di committenza. Brevemente il contributo di Baule indaga le conseguenze dell’evoluzione delle nuove tecnologie, mettendo a fuoco soprattutto la formazione dei nuovi linguaggi, i quali, a suo parere, si nascono sempre nei momenti di transizione fra una tecnologia e l’altra.

Secondo questa teoria, negli anni Novanta si sta assistendo alla sovrapposizione delle nuove strumentazioni elettroniche e digitali ai sistemi di stampa precedenti attraverso un lunghissimo periodo di convivenza, in cui i secondi dovrebbero necessariamente integrarsi con le prime. A causa di questa lenta fusione in corso Baule, riferendosi allo scenario italiano, parla di una “rivoluzione ancora inavvertita”[140] e traccia gli effetti di queste situazioni di sovrapposizione delle tecniche.[141]

Ciò che accadrà nei numeri successivi di *Notizie Aiap*, corrispondenti alla seconda metà degli anni Novanta, è un crescente interesse verso le problematiche legate alla diffusione dei nuovi media e all’affacciarsi di nuovi ambiti progettuali, come quello del disegno dei caratteri digitali.[142] Conseguentemente si introdurranno le tematiche della diffusione della rete web e della multimedialità dei progetti grafici (interfacce, web design ecc.), continuando però ad ignorare l’esplorazione della relazione tra progetto grafico e computer avvenuta negli anni precedenti.

Uno degli articoli aperti alla contemporaneità, quello di Giangiorgio Fuga *Alla fonte del carattere* del 1996[143], testimonia l’attenzione verso il tema dei caratteri tipografici, inserendo un approfondimento sull’aspetto del progetto digitale della tipografia.
Il testo altro non è che il resoconto sul seminario organizzato dall’Aiap il 14 dicembre 1996 e riporta gli interventi dei relatori, tra cui quello di Jane Patterson e Sebastiano Cossa Castiglioni, fondatori della prima fonderia digitale italiana Design Lab, e quello dello stesso Fuga, curatore della giornata di studi.

Il contributo di Castiglioni tratta i *Cataloghi di caratteri contemporanei*[144], un *excursus* sullo strumento che i grafici hanno a disposizione per vedere, scegliere e capire i caratteri tipografici. A questo proposito un esempio riportato dal type designer è il catalogo dell’International Type Foundry (ITF) del 1995 descritto come ‘esempio molto moderno’ in cui è possibile visualizzare tutte le variabili di ogni singola famiglia di caratteri sia in versione cartacea che in versione digitale attraverso un cd-rom allegato. Il nuovo strumento digitale – multimediale e portatile – permette di visualizzare anche a schermo i caratteri del catalogo, dando la possibilità infine, attraverso un apposito software, di stampare l’ordine di acquisto delle licenze per poi avere le password e scaricare le font acquisite direttamente da cd.

Il contributo di Fuga, *Tipometria e scelta dei caratteri per il dtp,* è una serie di indicazioni sull’uso corretto dei software d’impaginazione – il cosiddetto *desktop publishing* (dtp) – in relazione alla tipografia. Fuga riscontra nei più diffusi programmi di dtp, come QuarkXpress e Page Maker, o in quelli di videoscrittura, come Word, che l’utente spesso disattento o poco abituato alle caratteristiche dei tipi utilizza in maniera errata le varianti di peso fornite dai programmi stessi, ovvero si affida ai comandi per cambiare il corsivo, il grassetto e il maiuscoletto. Questo tipo di operazione modifica sensibilmente gli elementi della scrittura generando una serie di errori che si ripercuotono nell’errata riproduzione delle forme del carattere stesso. Fuga arriva a parlare di errori di microtipografia invitando gli operatori della comunicazione a prestare maggiore attenzione e ad avere una buona conoscenza delle regole sia ortografiche che tipografiche.

Sempre nell’ambito della cultura tipografica, Mario Piazza nell’articolo *La grafica e la tutela del design delle font* del 1997, mette in luce le problematiche legate all’accesso facilitato dell’uso delle font attraverso il web. Se da un lato il computer velocizza il processo di composizione tipografica, eliminando il passaggio esterno con la figura del fotocompositore e consegnando quest’azione direttamente nelle mani dei progettisti grafici, dall’altro pone il problema della tutela, del riconoscimento di un copyright per l’uso di una determinata font. Oramai il graphic designer si è riappropriato della cultura tipografica, ma “la facilità di produzione e affermazione di nuovi tipi, la diffusione e la crescita di fonderie digitali, il moltiplicarsi dei cataloghi hanno posto un problema reale per

136 *Il grafico e il computer. Tre serate per capirne di più*, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, p. 27. Segnalazione dell’evento *Dal progetto al dischetto*, tenutosi a Bologna a febbraio e organizzato da Apig Bologna.

137 *Il progetto digitale*, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 36-36. Convegno svolto a Milano nella sede dell’Aiap il 31 maggio/1 giugno, di cui si parlerà successivamente e sono stati consultati i materiali d’archivio sull’organizzazione e il resoconto finale.

138 *Vittorio Veneto Immagine, progettazione, comunicazione*, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, p. 28. Si veda inoltre: Armellin, M., Branzaglia, C., (a cura di), *Progettazione comunicazione* immagine, Firenze: Editoriale Tosca, 1998.

139 Cit. Baule, G., I nuovi linguaggi della grafica, in Armellin, M., Branzaglia, C., (a cura di), *Progettazione comunicazione immagine*, Firenze: Editoriale Tosca, 1998, pp. 47-59.

140 Ivi, p. 48.

141 Si veda il capitolo 2. *I progettisti grafici italiani al computer: una lenta*, p. 75-113

142 Si vedano: Fuga, G., *Alla fonte del carattere*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, pp. 15-18; Morganti, M., *Parola d’ordine internet*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, pp. 2-4; Branzaglia, C., *Nigthwave 1996: grafica oltre la grafica*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, p. 20; Branzaglia, C., *Il design dell’interazione. Nigthwave 1997*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, p. 18; AA. VV., *Il copyright nell’epoca del cyberspazio*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, pp. 2-4; Piazza, M., *La grafica e la tutela del design delle font*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, pp. 1-2; Turchi, D., *Uno sguardo allo schermo*, in “Notizie Aiap”, 8/9, 1999, 18; pp. 25-29; Pietropaoli, C., *Grafica per internet*, in “Notizie Aiap”, 8/9, 1999, p. 33.

143 Fuga, G., *Alla fonte del carattere*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, pp. 15-18.

144 Cfr. Fuga, G., *Alla fonte del carattere*..., pp. 17-18.

un corretto comportamento professionale”[145]. Secondo Piazza, la questione deontologica per il progettista si pone perché la configurazione degli studi italiani di grafica, per la maggior parte di dimensione medio-piccola, non possono permettersi per motivi economici di acquistare più font e addebitare il costo di tale acquisto alla committenza, la quale spesso non riconosce la voce di acquisto nel budget del progetto e, così facendo, l’importo va a gravare sull’economia interna degli studi. Piazza sottolinea nell’articolo l’urgenza di far riconoscere la qualità del progetto tipografico e di conseguenza il diritto d’autore, a causa della crescente espansione di Internet che sta incominciando a proporre soluzioni di utilizzo gratuito di alcuni caratteri.

La questione del copyright nell’era digitale sarà discussa anche nel testo *Il copyright nell’epoca del cyberspazio* del 1997[146] con il contributo di Todd Childers[147], Jane Patterson, Fabrizio Schiavi e Ferrybyte[148], che riporta le riflessioni emerse all’interno di un forum sulla webzine *Tlön*[149], sempre patrocinata dall’Aiap.

L’intervento di Patterson principia da un messaggio ricevuto da Zuzana Licko proveniente da uno studente di design che esterna la sua reazione sull’acquisto delle font: «Ho bisogno di font di buon design, ho appena sborsato $200 per due font di Barry Deck. Visto che questi soldi non posso rimetterli in conto al cliente, perché diavolo non dovrei ‘rubare’ fonts d’ora in poi? Qualcuno mi dia una buona ragione perché io debba pagare altre font». La risposta della Licko spiegava le ragioni dei costi elevati di un carattere tipografico, che sottendono al tempo impiegato per la sua progettazione e agli sforzi e alle risorse economiche che servivano per produrre font originali e di buona qualità.

Partendo appunto dalla riflessioni della Licko, Patterson denuncia un’abitudine che oramai sta prendendo piede, quella di piratare non solo le font, ma anche i software utilizzati dai progettisti grafici per lavorare. L’atteggiamento è molto diffuso tra gli studi grafici che acquistano addirittura copie illegali di caratteri per poi inviarle ai *services*, che a loro volta sono noti per possedere molteplici copie illegali di intere librerie di tipi, o per distribuirli ai conoscenti, Patterson riporta nel suo intervento un dato della Guardia di Finanza italiana che indica quanto la pirateria sia diffusa nella metà degli anni Novanta, aggirandosi tra il 60% e il 90% di contravventori.

Di diversa natura è l’intervento di Todd Childers che attraverso una metafora sintetizza il suo pensiero sulle questioni del copyright non solo dei caratteri tipografici, ma anche dei progetti che in quegli anni iniziano a comparire nei primi siti-portfolio dei graphic designer americani: “Internet è un po’ come la vita. Può capitare che tu venga derubato o può capitarti di incontrare persone veramente interessanti! E a me sono capitate entrambe le cose”[150].

Il dibattito sul copyright delle font si conclude con l’intervento di Schiavi che, conscio della gravità del problema, offre una riflessione differente. Partendo dalla

145 Piazza, M., *La grafica e la tutela del design delle font*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, p. 1.

146 AA. VV., *Il copyright nell’epoca del cyberspazio*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, pp. 2-4.

147 Todd Childers è un grafico e un type designer, autore di diversi volumi e docente alla Bowling Green State University.

148 Ferrybyte è uno dei promotori di Strano Network, una tra le più note reti telematiche amatoriali italiane impegnata sui temi della comunicazione, della cultura e dell’arte.

149 La vicenda della webzine *Tlön* è in parte riportata nel paragrafo 3.1.1 *Linea grafica e la presenza controversa del digitale (1984-2000)*, ma sarà affrontato approfonditamente nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* e nello specifico il paragrafo 6.1 *I progetti per lo schermo: videografica, multimedia e dintorni*.

150 Cfr. AA. VV., *Il copyright nell’epoca*..., p. 3.

considerazione che questi fenomeni siano di natura comportamentale, sociale e legati l’etica individuale, come tali, sarebbe più opportuno attuare un’efficace campagna di educazione piuttosto che una repressione. Schiavi sente la necessità di educare la società attraverso la presentazione di esempi virtuosi delle realtà produttive coinvolte nell’uso dei caratteri, in fondo lui considera internet soltanto un veicolo, così come lo sono i cd rom e i floppy disc.

In ultimo, sulle questioni della grafica contemporanea italiana e sulla diffusione del digitale la rivista ospita tre trafiletti dove vengono presentate le iniziative curate da Carlo Branzaglia all’interno dell’evento riminese Nightwave[151], fiera dedicata al mondo delle sottoculture musicali e ai costumi dei giovani. Branzaglia è riuscito con il patrocinio dell’Aiap a organizzare una serie di conferenze e piccole esposizioni su alcune tematiche contemporanee della disciplina del graphic design, in quanto fervente sostenitore della stretta connessione tra l’evoluzione dei linguaggi visivi sperimentali allora odierni e lo sviluppo degli immaginari giovanili, sottolineando come nelle pratiche autogestite sottoculturali si diffondano le nuove istanze grafiche.

Branzaglia inoltre riconosce nell’incipit di *New Visual Trends*[152] il ruolo che l’associazione Aiap ha nella metà degli anni Novanta nell’intervenire sulle tematiche più urgenti e contemporanee dello scenario italiano, promuovendo attraverso diverse iniziative e la rivista *Notizie Aiap* la cultura del graphic design e parallelamente accrescendo la consapevolezza professionale e la riconoscibilità della medesima disciplina. Non ultimo, viene anche dato atto all’Aiap della ricognizione sulle leve allora più giovani, dando “visibilità a questa generazione e abbassando decisamente l’età media dei soci e introducendo posizioni e dinamiche nuove all’interno dello stesso corpo associativo”[153].

Nonostante il riconoscimento di Branzaglia, quello che è emerso dall’analisi di questa ricerca all’interno delle attività editoriali dell’associazione è un *modus operandi* duplice: da una parte sembra essere interessata e aperta ai cambiamenti in atto con il digitale, ma dall’altra non traccia la mutazione, *né* propone una riflessione collettiva su di essa. Ad esempio, le giovani leve di cui scrive Branzaglia, fatta qualche sparuta eccezione, non hanno mai voce negli articoli dei periodici Aiap, anzi si riscontra più volte da parte dei soci ‘adulti’ una ritrosia nell’accettare le novità sia dal punto di vista tecnologico e dei linguaggi sia della riconfigurazione della figura del progettista grafico[154].

È possibile che ci sia una certa volontà di offrire più spazi di confronto anche intergenerazionale, ma che questa non sia stata attuata vista la natura spesso volontaristica di molti soci nelle attività promosse dall’Aiap. La mancanza dettagliata di report o di documentazione sugli eventi organizzati in quegli anni paiono confermare una certa precarietà dell’associazione specialmente dal punto di vista organizzativo.

151 Branzaglia, C., *Nigthwave 1996: grafica oltre la grafica*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, p. 20; Branzaglia, C., *Il design dell’interazione. Nigthwave 1997*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, p. 18; Branzaglia, C., *Nightwave*, in “Notizie Aiap”, 8/9, 1999, pp. 44-45. Sugli eventi organizzati a Nightwave si veda il capitolo 4. *La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative*, nello specifico il paragrafo 4.3.2 *Progetti grafici digitali e sperimentali a NigthWave. Rassegna ed eventi di musica, tendenza e culture club (1996-1998)*.

152 Branzaglia, C., *New Visual Trends, in “Notizie Aiap”, 11, 2001, p. 69.*

153 Ibidem.

154 Si vedano le interviste dell’autrice: intervista telefonica a Giacomo Callo, 28.05.2020; intervista skype a Graziano Mannu, 21.05.2020; intervista skype a Sergio Virginio Menichelli, 9.04.2020.

3.2.2 “Il computer: strumento rivoluzionario?”. Le riflessioni della delegazione Aiap Lazio nel bollettino *Ugo* (1993-1994)

Come ultima testimonianza delle pubblicazioni patrocinate dall’Aiap è analizzato l’unico bollettino rintracciato delle delegazioni regionali – tanto promosse dall’associazione negli anni Novanta –, nello specifico *Ugo* (1993-1994), il mensile del gruppo Aiap Lazio.

La presenza di queste realtà editoriali territoriali avvalora maggiormente una delle ipotesi di questa ricerca che vuole sottolineare come le realtà periferiche italiane svolgano un ruolo attivo nella diffusione della cultura del graphic design con più impeto e curiosità verso il nuovo rispetto al nucleo milanese.

L’ideazione di Ugo è portata avanti da un gruppo di quindici giovani progettisti grafici romani che nella metà degli anni Novanta vogliono rimarcare la propria esistenza e autonomia dai rigidi meccanismi imposti dalla sede operativa dell’Aiap a Milano. Il principale intento dei firmatari è quello di costruire qualcosa che possa dar voce a una realtà diversa e che guardi a ciò che sta accadendo soprattutto attorno alle loro realtà produttive, distaccandosi dalle opinioni – che considerano conservatrici e distanti dal loro percepito – dell’allora delegato Aiap del Lazio Alberto Lecaldano[155].

Secondariamente il bollettino nasce come “un tentativo di ricreare un filo d’unione tra i vari soci della delegazione Lazio”[156] usando una voce in grado di arrivare a tutti e soprattutto di affrontare una serie di riflessioni sul progetto grafico in maniera più consona alla realtà progettuale locale, allontanandosi così dalle formalità dettate dai vertici dell’associazione. Secondo i sottoscrittori, il tono usato dalla realtà associativa, lontano dalla quotidianità, è ancora vincolato alla concezione della grafica investita da un forte intento culturale, ma questo atteggiamento fa sì che i progetti estranei a questa concezione non possano essere presi in considerazione e, di conseguenza, non possano avere uno spazio adeguato all’interno della rivista nazionale.

Per questa ragione il bollettino della delegazione Lazio presenta già nella scelta del titolo il carattere un po’ scanzonato, ossia *Ugo, citazione* del nome utilizzato dall’attore Massimo Troisi nel film *Ricomincio da tre*[157], quando nella scena finale decide che avrebbe chiamato Ugo il figlio in arrivo perché un nome corto gli avrebbe facilitato l’esistenza. Inoltre per omaggiare ulteriormente il film di Troisi i progettisti grafici romani decidono di iniziare la numerazione del primo bollettino con il numero 3 anziché con 1, dando inizio così al periodico mensile *Ugo* a gennaio 1993. La periodicità non è sempre rispettata, in alcuni casi diventa bimestrale e in altri escono due numeri nello stesso mese, per un totale di 16 numeri, di cui l’ultimo, il 19, è stampato a settembre 1994.

Nonostante la brevità dell’esperienza del bollettino Aiap Lazio, è possibile

155 Alberto Lecaldano (1946-) è un progettista grafico che nel 2001 ha fondato la rivista Aiap *Progetto grafico* e l’ha diretta dal 2003 al 2012. Si occupa soprattutto di grafica editoriale.

156 Cfr. intervista a Maria Chiara Caproni, 06.07.2020, p. 420.

157 *Ricomincio da tre* (1981) è un film diretto da per la prima volta dall’attore napoletano. Nel dialogo della scena finale, Troisi, che interpreta il protagonista del film Gaetano, indica le motivazioni per cui Ugo era il nome più adatto da dare al figlio: «Cioè comme o chiamasse? [...] Cioè, io avevo pensato ad Ugo, [...] perché accusì ‘o guaglione viene cchiù educato. Massimiliano viene scostumato. Cioè sient... Eh, lo so, è proprio ‘o nommo che è scostumato, perché Massimiliano je sento sempre per esempio: Massimiliano sta vicino a ‘a mamma, sta ‘o guaglion’, e se move pe gghi’ a quacche parte, ‘a mamm’ prima che ‘o chiamm’ “Ma-ssi-mi-lia-no!” ‘o guaglione già chissa addò sta, che sta facenno. Non ubbidiscono perché è troppo luongo’, invece Ugo, tu lo chiami Ugo.. chillo come sta vicino a ‘a mamma che se sta pe’ move, “Ugo!” ‘o guaglione non ha nemmeno ‘o tiemp, capit’? Po’ fa’ nu passo, però “Ugo!” adda’ turnà pe’ forza perché ‘o sient’ ‘o nome’, al massimo proprio ecco volendo ‘o ‘putimm’ chiammà Ciro: è cchiù luongo, eh, ma proprio pe’ nunn’o fa’ veni’ tropp’ represso’.. ‘sino’.. però Ciro tene ‘o tiempo ‘e piglià nu poco’ d’aria».

individuare due spunti interessanti per le riflessioni condotte in questa ricerca sul rapporto progetto grafico e computer, una di carattere più tecnico legato alla produzione e distribuzione del periodico, l’altra più contenutistica. Rispetto alla componente tecnica il periodico, un ottavo, è interamente progettato e impaginato al computer, ma è pensato per una riproduzione di tipo ‘casalingo’, affinché possa essere facilmente distribuito fra tutti i soci e potesse essere riprodotto per economicità attraverso il ciclostile, ragion per cui sono utilizzati degli espedienti progettuali come l’utilizzo di un solo colore oppure un’impaginazione molto semplice priva di immagini. Questa differenziazione tecnico-strumentale tra il momento progettuale e quello di riproduzione-stampa segna proprio le specificità della realtà italiana di quegli anni, dove per questioni economiche le strumentazioni digitali non sono alla portata di tutti, bensì di pochi progettisti, per giunta si evince proprio la lenta transizione dall’analogico al digitale riportata dalle testimonianze raccolte[158].

Per quanto riguarda i contenuti, per la maggior parte scritti dai quindici firmatari – fatta eccezione per gli sporadici interventi di altri protagonisti della scena grafica romana, come Michela Papadia[159] o Daniele Turchi –, in *Ugo* sono designate una o più doppie pagine monotematiche alla rubrica *Approcci,* in cui il tema cambia di volta in volta.

Nello specifico per la prima volta nel numero 8 del 1993 si affronta la questione del computer e le sue ripercussioni sulla professione nell’articolo scritto a più mani *Il computer: “strumento rivoluzionario”?*[160]. I contenuti del testo riportano le esperienze e i dubbi che i progettisti incontrano approcciandosi al computer per la prima volta. Tra le tante riflessioni quella di Raffaelle Cervasio[161] è l’unica che pone l’accento sul mutamento rapido della professione del graphic designer, descrivendo la fase in cui si sta passando da un “lavoro esclusivamente di progettazione e marginalmente di realizzazione”[162] a una situazione dove si gestiscono personalmente tutte quelle fasi di preparazione del processo di progettazione che un tempo erano assegnate alla tipografie e alle loro maestranze. Secondo Cervasio il computer permette di visualizzare le modifiche e le combinazioni diverse in tempo reale senza dover necessariamente aspettare la restituzione delle bozze e di conseguenza innalza gli standard qualitativi dei progetti. Il cambiamento in atto riguarda così la configurazione stessa dei progettisti che da “assicuratori di valori plastici ed estetici dei progetti [si stanno dirigendo] ad essere sempre più figure professionali di interazione tra gli obiettivi di comunicazione della committenza e la traduzione funzionale degli stessi in prodotti finiti”[163].

Un punto di vista diverso e più critico rispetto alle esperienze personali riportate in questo articolo è quello di Daniele Turchi che, dopo aver tracciato i una serie di vantaggi derivati dall’uso del computer, primo fra tutti la velocizzazione dei tempi di realizzazione dei progetti, offre una riflessione sulla contrapposizione tradizione/innovazione, contrasto immancabile nell’ambito della comunicazione. Turchi sinteticamente conferma l’esistenza in Italia delle opposte fazioni, tra coloro che vivono la tecnologia digitale

158 Interviste dell’autrice a: Carlo Branzaglia, Bologna 19.07.2019; Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019; Sergio Polano, Cormons 24.02.2020.

159 Michela Papadia, progettista grafica romana e docente del Dipartimento di Grafica dello IED (Istituto Europeo di Design).

160 AA. VV., *Il computer: “strumento rivoluzionario”?*, in “Ugo”, 8, luglio, 1993, pp. 4-7.

161 Raffaele Cervasio, progettista grafico che opera dal 1985 nel campo della grafica e dei servizi correlati in ambito editoriale, pubblicitario e più genericamente della comunicazione d’impresa.

162 Cit. AA. VV., *Il computer*..., p. 4.

163 Ibidem.

come la fautrice dell'abbassamento della qualità radicata nel progetto grafico italiano e coloro che l'accolgono con slancio e "ingenuo ottimismo"[164] come se fosse un moto liberatorio. Secondo l'autore, l'attività del progettista grafico dovrebbe porsi in una posizione intermedia, sostenendo che per quanto le radici italiane affondino senza dubbio nella tradizione, i risultati di cui si è produttori "sono maturati grazie a innesti, potature e altre manipolazioni artificiali, che hanno permesso di adeguarli alle esigenze di un mercato sempre più complesso"[165]. Inoltre Turchi nota che a partire dalla fine degli anni Ottanta fino alla metà degli anni Novanta, superata la diffidenza iniziale o l'euforia verso il mezzo, il computer di fatto sta migliorando la progettazione grafica, permettendo di approfondire e reinterpretare con nuovi linguaggi la tradizione, prendendo così come esempio l'esperienza della tipografia digitale.

Per ultimo Turchi interpreta l'opposizione tradizione/innovazione attraverso l'analisi della generazione che ha assistito all'avvento della strumentazione digitale in una fase professionale intermedia, ossia tra consolidamento e sviluppo – la generazione presa come campione è ampia, dato la difficoltà della professione a consolidarsi come tale nello scenario italiano – in cui questo rapporto conflittuale genera soprattutto un sentimento di incertezza e diffidenza e, nel migliore dei casi, "un faticoso processo di revisione"[166]. Turchi lo identifica come faticoso soprattutto perché è un processo con diversi interrogativi, primo tra tutti il livello di tale revisione e fino a che punto questa debba riguardare soltanto la logica operativa oppure necessiti di "un personale coinvolgimento della mentalità del progettista"[167].

L'autore riporta come molti suoi colleghi all'epoca abbiano preferito conservare un certo distacco e affidare a collaboratori più giovani la gestione degli aspetti tecnologici. Di contro altri, affascinati dalla dialettica tra innovazione e tradizione che il computer sembra possa sviluppare, reinterpretano il computer come una griglia progettuale che lasci spazio a nuove esplorazioni progettuali.

Dopo l'analisi di questo articolo è evidente che il rapporto di Turchi con il digitale si pone nella fazione di coloro che accettano il computer con entusiasmo, soprattutto in relazione al suo utilizzo pionieristico della nuova strumentazione nel 1988, esperienza riportata nell'altro articolo *Chi ci aiuta a progettare? Il computer, al limite*, pubblicato nella rivista *Grafica*, già precedentemente esaminato in questo capitolo.

Sebbene nel notiziario Ugo sembra che non ci sia molto altro spazio per considerazioni sulle strumentazioni digitali in relazione alla professione del progettista, nel numero 18 del 1994, l'articolo *Emigre: linguaggio della tecnologia*[168], fa emergere chiaramente la necessità di esplorare contesti distanti e differenti da quelli italiani, analizzando quanto avviene nelle pagine della rivista americana dal punto di vista proprio dei linguaggi espressivi.

L'autore dell'articolo, Bruno Bucci[169], avvia la sua trattazione affermando che la sperimentazione condotta con l'ausilio del computer sta provvedendo alla nascita di un'estetica ben definita dalla dubbia qualità progettuale, in cui coesistono

164 Cit. AA. VV., *Il computer*..., p. 6.

165 Cit. AA. VV., *Il computer*..., p. 7.

166 Ibidem.

167 Ibidem.

168 Bucci, B., *Emigre: linguaggio della tecnologia*, in "Ugo", 18, luglio-agosto, 1994, pp. 6-7.

169 Bruno Bucci, progettista grafico romano, dal 1994 ad oggi lavora come art director per la Rai – Radiotelevisione Italiana.

"la stratificazione dei testi, complessi sistemi a griglia, rotazioni e distorsioni tridimensionali dei caratteri tipografici, uso di sfondi particolari, simboli, toni in gradazione a cui spesso si affiancavano uno stile tipografico un po' rigido"[170], elementi che riflettono i limiti dei primi sistemi computerizzati di impaginazione.

Questo stile tipografico, che Bucci indentifica come 'neo-primitivo', non solo è espressione dei limiti dei primi computer e software, ma soprattutto di una specifica volontà dei progettisti grafici stranieri di intendere, come espressione di modernità, i caratteri bitmap e questo tipo di estetica. Il fulcro delle sperimentazioni della progettazione grafica 'elettronica' – così è nominata da Bucci – e di questa visione è la rivista *Emigre*, che sta imponendo da un lato queste nuove tipologie di caratteri a volte illeggibili e dall'altro una griglia di impaginazione modulare totalmente differente da quelle in uso nell'editoria tradizionale dell'epoca.

Lo sguardo dell'autore del testo è contraddistinto da una critica rispetto alla diffusione di questa nuova estetica, anche se ne riconosce alcune qualità, soprattutto nella restituzione della simultaneità visiva dei contenuti, che simula la resa della grafica per il video, come la televisione, resta fermamente convinto che ci siano più caratteristiche negative nella grafica realizzata a computer, ossia un'eccessiva esuberanza che sacrifica la funzionalità degli elementi visivi.

Anche se l'apporto del notiziario *Ugo* sul dibattito fra progettisti grafici e computer si esaurisce attraverso questi due articoli analizzati, è comunque importante come testimonianza per comprendere quali sono gli umori e le riflessioni che si stanno conducendo negli altri gruppi istituzionali lontani e al di fuori dal fulcro milanese dell'associazione Aiap.

3.2.3 *Il progetto digitale. La progettazione di comunicazione visiva e lo strumento informatico* (1995): un tentativo di monitoraggio dello scenario italiano

Come già ribadito più volte, l'Aiap non si occupa unicamente di promuovere la cultura della disciplina del graphic design attraverso le attività editoriali, i convegni e le mostre, ma a partire dalla metà degli anni Ottanta sostiene anche l'istituzione delle delegazioni regionali, per permettere un attento e mirato monitoraggio delle differenti realtà professionali.

Uno dei primi esempi di iniziative territoriali, nonché unico nel suo genere, analizzato per ricostruire le vicende della storia della grafica italiana a cavallo tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta, è il convegno *Progetto digitale. La progettazione di comunicazione visiva e lo strumento informatico*[171] (31 maggio – 1 giugno 1995) che si svolge a Milano nell'allora sede nazionale dell'Aiap. L'incontro è organizzato dalla delegazione Aiap Lombardia[172] per indagare alcuni aspetti del rapporto tra progettazione grafica e le sempre più diffuse tecnologie digitali.

La volontà di organizzare il seminario nasce dalla necessità di garantire all'interno dell'associazione degli strumenti critici per affrontare il mutamento dello scenario della

170 Cit. Bucci, B., *Emigre: linguaggio*..., p. 6.

171 Aiap Lombardia, *Il progetto digitale*, in "Notizie Aiap", n. 3, 1995, pp. 36-37; Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, comunicato stampa, 12 gennaio 1995, Milano; Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, elenco dei relatori, 12 gennaio 1995, Milano; Segreteria Aiap, *Il progetto grafico*, relazione convegno, Milano, 1995; *Il progetto digitale*, flyer dell'evento, 1995 [Archivio Cdpg].

172 Il convegno è organizzato dalla delegazione Aiap Lombardia composta da: Elena Brandolini, Simona Colombo, Giorgio Galibariggi, Roberto Ghibaudo, Oliviero Grimaldi, Camilla Masciadri e Michele Morganti.

professione del graphic designer – si ricordi come questi mutamenti sono stati già ampiamente discussi nei Paesi di lingua anglofona già a partire dalla metà degli anni Ottanta – e di interrogarsi, almeno negli intenti, sulla futura possibile identità della professione del progettista grafico, mediante l'individuazione degli effetti e degli aspetti professionali che si stanno modificando, come la modalità del pensiero progettuale o le relazioni con la committenza.

All'interno dell'Aiap aleggia la sensazione che il cambiamento – sia quello già in essere che quello di là da venire – sembri appartenere alle competenze di altre figure professionali, "tecniche, commerciali, istituzionali, ma non dei designer, con il rischio concreto di una marginalizzazione delle competenze progettuali, ancora una volta sbiadite a pura funzione di *styling* formale o di *expertise tecnica*"[173], poiché l'introduzione del computer innesca l'idea che la macchina produca grafica e il progettista sia diventato un mero operatore.

Il seminario vorrebbe dunque a rispondere ad alcuni quesiti: che cosa sta succedendo alla professione del graphic designer? Che cosa chiede il mercato? Tenendo conto che il *desktop publishing* sta mettendo a disposizione strumenti sorprendenti che permettono di manipolare velocemente il processo di produzione, come e quanto il computer sta influendo sul percorso progettuale?

Prima di capire se l'iniziativa trova risposte a queste ed ad altre domande, è opportuno specificare quali sono i relatori e come si articolano le due giornate. Tenendo conto che l'incontro è preceduto dall'invio ai soci di Aiap Lombardia del questionario, *Il socio Aiap e il computer*[174], utile a raccogliere informazioni relative all'incidenza dell'uso delle tecnologie digitali, nello specifico del computer, nella pratica professionale. Fin da subito viene esplicitato nella nota introduttiva di Giorgio Galibariggi, delegato regionale Aiap Lombardia, qual è lo scopo di tale strumento: "nel quadro di una riflessione globale sulla situazione attuale del progetto grafico, ci sembra opportuno fare il punto della situazione su ciò che i soci Aiap pensano e fanno del computer. Siamo tutti d'accordo, il computer non è che uno strumento, tuttavia non è uno strumento qualsiasi"[175].

Il questionario distribuito comprende un totale di 28 domande a risposta chiusa suddivise in quattro blocchi tematici: il primo blocco formato da 7 quesiti sulle generalità del socio; il secondo pertinente all'attività professionale (tipologia di clientela, formazione, ecc.); il terzo relativo al rapporto tra il progettista e il computer. Purtroppo non è stato possibile recuperare i risultati di questa mappatura[176], che sarebbero stati utili a capire se il programma del seminario *Il progetto digitale* sia stato organizzato sulla base di essi oppure no.

Il palinsesto del convegno si articola nell'alternanza fra presentazione di casi studio progettuali i cui progettisti si sono avvalsi del computer, e una parte più seminariale aperta alle discussioni sulle tematiche emerse durante la prima parte delle due giornate.

Partecipano al dibattito oltre ai professionisti – Michele Morganti (Tri m studio), Sebastiano Cossa Castiglioni (type designer Design Lab), Riccardo Vismara (progettista di interfacce), AG Fronzoni – anche alcuni docenti delle università e degli istituti milanesi che si occupano di comunicazione, fra essi Marco Cadioli e Luigi De Aloisio, coordinatori del corso di Computergrafica all'Accademia di Comunicazione di Milano; Oliviero Grimaldi, graphic designer e collaboratore alla didattica al corso di laurea in Disegno industriale al Politecnico di Milano; Roberta Macchi e Giovanni Valerio, docenti del Dipartimento di Scienze dell'Informazione presso l'Università degli Studi di Milano; Ricciotti Valle-Rugo, insegnante all'Istituto Rizzoli di Milano[177].

L'avvicendamento di riflessioni teoriche e documentazione, il più esaustiva possibile, sulle caratteristiche dei processi progettuali e produttivi è necessario per privilegiare la rilevanza pratica, al fine di offrire la possibilità di conoscere le peculiarità della progettazione per mezzo del computer a un pubblico più vasto. L'Aiap si auspica infatti di rivolgersi attraverso le due giornate del convegno ad un pubblico che spazia dai graphic designer agli aspiranti tali (gli studenti), dai formatori di vario titolo ai professionisti della pre-stampa e della stampa.

La frammentarietà delle fonti permette di far emergere in modo approfondito solo talune considerazioni. Innanzitutto dalle discussioni del seminario si identificano i possibili luoghi di incontro tra progetto grafico e innovazione digitale, ossia vecchi o nuovi ambiti del progetto che convivono con le tecnologie digitali: la grafica editoriale, il disegno dei caratteri, la modellazione solida, le presentazioni multimediali, le interfacce grafiche sia dei siti web che dei database ipertestuali.

Una breve riflessione sul progetto delle interfacce è posta da Riccardo Vismara, progettista che si occupa appunto del nuovo ambito progettuale, che sottolinea come sia necessario, prima di dominare le tecniche digitali, avere un'ottima formazione come progettista, così da sperare di non farsi soppiantare dai tecnici che hanno maggiori competenze informatiche. Secondo Vismara, uno dei maggiori problemi introdotti dal computer è quello di aver indotto la committenza a credere che il progettista grafico sia un semplice tecnico, in questo modo emerge l'annosa questione italiana del mancato riconoscimento da parte delle istituzioni della figura professionale del graphic designer, ampiamente dibattuta nella prima giornata del seminario. Per far comprendere meglio il ruolo fondamentale del progettista all'interno di un progetto multimediale, Vismara utilizza l'esempio del progetto dell'interfaccia del software Photoshop[178], per cui sono stati necessari almeno quindici progettisti grafici soprattutto nell'ideazione delle icone delle operazioni, fondamentali per la riuscita dell'interazione tra utente e programma.

A sostegno delle sue tesi Vismara accusa la mancanza di spazi di discussione per i progettisti grafici, affermando che all'interno delle riviste sia di settore che di informatica i designer non discutono mai apertamente del cambiamento in atto o delle varie problematiche o possibilità che il computer sta apportando, arrivando persino a menzionare la posizione di Giovanni Baule all'interno della rivista *Linea Grafica* che sta promuovendo la riappropriazione del terreno del progetto.

Parallelamente Vismara pone l'accento anche su un'altra questione annosa del graphic design italiano, ovvero la mancanza di istituzioni pubbliche che si occupino della formazione dei progettisti, facendo una precisa distinzione tra centri di formazione, scuole private e pubbliche. Nei primi due casi, grazie ai proventi di investitori privati, si riesce a stare al passo coi tempi, garantendo strumentazioni nuove e progettisti/formatori adeguati, mentre nelle istituzioni pubbliche si nota un completo disinteresse verso questo tipo di figure professionali. Lo stesso Galibariggi, delegato dell'Aiap Lombardia e organizzatore del convegno, afferma nel suo intervento che dal questionario è emerso

173 Cfr. *Aiap lombardia*... , p. 36.

174 *Il socio Aiap e il computer. Incidenza delle tecnologie informatiche nella pratica della professione*, questionario, Milano, 1995 [Archivio Cdpg]. Il questionario era stato compilato sulla base del modello francese proposto dal sindacato dei grafici francesi (Syndacat National des Graphistes) e tradotto da Paola Ballardin.

175 Ivi, p. 1.

176 L'Aiap non conserva i risultati del questionario nel proprio archivio.

177 Per prendere visione dell'elenco completo dei relatori del convegno si veda il documento: Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, elenco dei relatori, 12 gennaio 1995, Milano [Archivio Cdpg]. Confrontando il documento con la relazione del seminario redatta a posteriori in una data non identificata si segnala che alcuni relatori indicati nel documento sopracitato non coincidono.

178 Segreteria Aiap, *Il progetto grafico*, relazione convegno, Milano, 1995, 3 [Archivio Cdpg].

chiaramente il problema del permanere dell'autodidattismo dei progettisti grafici italiani, questo preclude l'apertura mentale verso l'accettazione di nuove strumentazioni e i cambiamenti in corso, perché molti soci Aiap si sentono inadeguati all'apprendimento dell'uso del computer, da un lato per i costi elevati della strumentazione, dall'altro per la componente fortemente conservatrice e tradizionalista del panorama italiano in quegli anni.

La questione della formazione è discussa anche – come si legge nella relazione del seminario – dagli altri relatori della prima giornata, tra i quali AG Fronzoni, Mario Cucci (progettista esperto di Dtp), Marco Palloni (direttore del Centro di Formazione Professionale della Regione), Fedora Sinnone (graphic designer) e Ricciotti Valle-Rugo. Tra gli interventi di questi relatori, spicca l'opinione di AG Fronzoni che, in qualità di progettista e docente, introduce un'ulteriore chiave di lettura al problema della formazione, sostenendo che la stessa associazione Aiap deve occuparsi di "fare delle azioni nella scuola incominciando naturalmente dal pubblico, perché si parte dal sociale, i privati hanno un solo feroce obiettivo, l'iperprofitto e non si occupano di nessun momento sociale"[179]. A seguito di questa sua affermazione Fronzoni delinea più o meno chiaramente quali sono le responsabilità dell'imprenditoria italiana nel ritardo che l'Italia presenta nella diffusione di istanze progressiste rispetto alla propagazione dell'uso della tecnologia digitale. A suo parere, gli imprenditori italiani sono reazionari e mirano solo al proprio profitto, soprattutto dopo l'uscita dalla crisi economica del decennio precedente, e allora ancora una volta torna a ribadire il ruolo che le associazioni come Aiap, o altre di liberi professionisti, devono rivestire agendo dentro le scuole per introdurre *in primis* la cultura della grafica e poi quella digitale.

Se dal resoconto della prima giornata emerge soprattutto la questione della formazione, la seconda giornata si apre con l'intervento di Galibariggi che cerca di ricordare ai partecipanti come, facendo un passo indietro di cento anni, anche il linguaggio fotografico avesse destato preoccupazioni e sospetto negli artisti dell'epoca. I timori risiedono soprattutto nel fattore economico e secondariamente nelle questioni estetiche e formali, quindi Galibariggi invita il pubblico a riflettere su qual è stata la particolarità che ha consentito alla fotografia di affermarsi nonostante la diffusa reticenza nel mondo dell'arte. La sua risposta è la capacità della fotografia di stupire sia sotto il profilo del risultato estetico, cioè la corrispettiva imitazione della natura, sia sotto il profilo tecnologico e scientifico, visti come innovazioni tanto della fisica quanto della meccanica. Questa singolare introduzione serve a Galibariggi per sollecitare il pubblico ad assumere un atteggiamento di meraviglia rispetto alle nuove tecnologie digitali, laddove per lui meravigliarsi significa "che non tutto è stato previsto ed è prevedibile, che non tutto è già sotto i nostri occhi che non occorre, per creare qualcosa di nuovo e stupefacente, ricorrere agli effetti speciali ma è necessario ricercare, nell'ambito del progetto grafico e senza demonizzare le nuove tecnologie, uno spazio per l'evento comunicativo che creasse o meglio contribuisse al nuovo"[180].

Sul filone propositivo e accogliente rispetto alla diffusione delle tecnologie digitali si pone l'intervento di Sebastiano Cossia Castiglioni con la presentazione *I caratteri sono ovunque*, che mette in luce lo stretto rapporto tra tipografia e computer.

Castiglioni inizia la sua trattazione sottolineando come sia nel passato che nel presente i caratteri siano parte integrante della vita quotidiana, rispecchiando gli umori e le mode del proprio tempo, di conseguenza nell'era digitale, affacciatasi nella metà degli anni Ottanta, i caratteri hanno acquisito una libertà e una fluidità consoni a quel periodo storico, liberandosi da qualsiasi vincolo o confine concettuale. Di pari passo a questa libertà tipografica anche un certo tipo di produzione grafica risulta essersi svincolata dalle regole auree delle composizioni del passato, assumendo connotati tipici dell'estetica digitale, riferendosi in questo caso alla grafica editoriale.

L'uso del computer nel progetto dei caratteri ha cambiato alcune componenti formali della tipografia, come il mito della trasparenza e della neutralità delle forme tipografiche, ponendo il tema della leggibilità al centro del dibattito internazionale a partire proprio dalla metà degli anni Ottanta. Castiglioni ricorda come negli Stati Uniti e in Inghilterra i type designer cerchino da anni l'espressività soggettiva delle forme tipografiche a discapito della tradizionale forma elegante o leggibile, avendo come obiettivo quello di "provocare una lettura multiforme, volutamente equivoca, così da coinvolgere il lettore e renderlo parte integrante della costruzione e dell'interpretazione del messaggio"[181].

Nell'intervento di Castiglioni si riportano anche le considerazioni dei progettisti stranieri contemporanei, come ad esempio quella di Tony Arefin, art director delle riviste *Bomb* e *I.D. Magazine*, che difende il progetto dei caratteri digitali e la modalità con cui vengono usati all'interno delle riviste perché sono l'elemento connotativo che porta le riviste stesse a distinguersi l'una dalle altre, sviluppando la propria identità attorno a espedienti tipografici escogitati di volta in volta. Questi tipi di caratteri hanno così una natura temporanea, nascono e muoiono assieme all'esperienza comunicativa che li aveva generati e per Castiglioni questo ciclo di vita istantaneo è da considerarsi perfettamente in sintonia coi tempi storici. Quindi per riassumere l'atteggiamento di Castiglioni rispetto all'uso del computer nella progettazione tipografica ci si trova di fronte ad un progettista che, cosciente delle potenzialità che il mezzo digitale può portare nell'innovazione della tipografia, vede in essa una forza generativa di espressività comunicativa.

Alla presentazione di Castiglioni succede l'intervento di Mario Piazza – allora presidente dell'Aiap – che, consapevole dei meriti del computer di aver portato a un confronto diretto il progettista con la tipografia senza la mediazione di altre figure professionali, come ad esempio il fotocompositore, esprime la sua perplessità sul possibile pericolo di avere una tipografia meramente decorativa e poco funzionale. Piazza stesso dimostra la preoccupazione attraverso le sue parole "questo affascinante mondo è una sorta di caravanserraglio dove il progetto del carattere diventa una sorta di grande luna park decorativo"[182].

Nel dibattito, a difendere la posizione di apertura verso la sperimentazione tipografica contemporanea troviamo Fronzoni. Egli recrimina le responsabilità della scuola italiana che di proposito non vuole affrontare la cultura moderna in generale e nemmeno il design moderno, dove per moderno si intende contemporaneo. Ed è proprio in questa reticenza che Fronzoni vede una società conservatrice e ancora chiusa verso le tecnologie digitali. Infine il progettista, d'accordo con un secondo intervento di Castiglioni, sostiene che nel confronto con il digitale i progettisti grafici italiani dovrebbero essere coscienti del progetto, o meglio, essere padroni della cultura del progetto e di conseguenza governare gli strumenti per produrre a loro volta cultura e contribuire in maniera saggia alla sua diffusione. L'intervento di Fronzoni si conclude con la seguente riflessione: "la comunicazione mostruosa è frutto di un progettista ignorante o di uno che sa

179 Ivi, p. 7.

180 Ivi, p. 8. Giorgio Galibariggi riprese il tema della meraviglia rispetto alle tecnologie digitali da un editoriale di Giovanni Baule apparso sulla rivista *Area*, di cui Baule era il direttore.

181 Segreteria Aiap, *Il progetto*..., p. 8.

182 Ivi, p. 10.

padroneggiare la tecnica, ma non ha sapere"[183].

Per concludere ciò che emerge dal seminario *Il progetto digitale* sul dibattito del cambiamento nello scenario del graphic design italiano, attraverso le testimonianze degli interventi individuati nei pochissimi documenti dell'Aiap, è una serie di posizioni discordanti e confuse sulla validità della strumentazione tecnologica applicata al progetto grafico. Di fatti, da un lato troviamo relatori/progettisti entusiasti delle potenzialità delle nuove tecnologie – si vedano appunto Vismara o Castiglioni o Fronzoni – e dall'altro si assiste invece a una forte resistenza alla trasformazione, che sembra appartenere a molti membri della delegazione Aiap Lombardia. Di contro la questione che mette d'accordo tutti all'unanimità è la mancanza di una formazione specifica del progettista grafico e la consapevolezza che l'Italia si dimostra in ritardo rispetto alle altre nazioni sulla transizione dagli strumenti analogici a quelli digitali, sottolineando ancora una volta la componente fortemente conservatrice e tradizionalista del graphic design italiano.

Il resoconto di queste due giornate avvalora maggiormente alcuni processi indagati in questa ricerca e nell'analisi precedente delle riviste Aiap, evidenziando come alcuni dei progettisti grafici, individuati come casi studio, si pongano in opposizione a quanto si discute istituzionalmente all'interno dell'associazione. Le discussioni in atto all'interno del seminario *Il progetto digitale* si dimostrano ancora una volta la responsabilità dell'Aiap nel non aver creato un luogo di confronto maturo verso le questioni contemporanee del graphic design italiano.

Non è un caso che la maggior parte dell'esperienze più interessanti e all'avanguardia nascano al di fuori dell'ambiente milanese e siano citate come modello del progetto grafico italiano in alcune riviste estere, fino ad essere esposte all'interno di manifestazioni estranee all'ambito della cultura grafica, così come si vedrà nel capitolo successivo.

3.3 Lo sguardo altrove, le mostre e le istituzioni che mettono in scena il cambiamento digitale

Per comprendere a fondo qual è lo scenario della grafica italiana tra la metà degli anni Ottanta e gli anni Novanta, oltre a considerare come luoghi del dibattito le riviste di settore italiane, si è scelto di indagare anche altri strumenti di "mediazione" della cultura progettuale in modo da compiere una ricognizione più approfondita. *In primis* vengono individuate tutte le mostre organizzate in quel periodo dai progettisti grafici italiani per la propria comunità e secondariamente le iniziative espositive volute o ospitate da istituzioni differenti legate al mondo del graphic design contemporaneo e che indaghino nuovi linguaggi digitali.

La ricostruzione di tali esperienze è fondamentale da un lato per tracciare la rete di geografie relazionali in corso in quegli anni e dall'altro per capire meglio quali siano le realtà, i movimenti e i protagonisti che vengono presi come riferimento dai progettisti grafici italiani. Per queste ragioni sono considerate come esempi di indagine le mostre che espongono tematiche chiaramente connesse con il cambiamento in atto con l'introduzione del digitale, scandagliando per prime quelle che hanno uno sguardo rivolto oltre i confini nazionali, quindi verso lo scenario estero di matrice soprattutto anglosassone, che ha anticipato, come già scritto più volte, di qualche anno questa transizione rispetto alla realtà italiana.

A partire dalla seconda metà degli anni Ottanta un ruolo sicuramente decisivo per la diffusione in Italia della cultura grafica americana e nordeuropea contemporanea è

183 Ivi, p. 12.

ricoperto dall'organizzazione di alcune mostre che fanno da apripista nello scenario italiano all'introduzione di nuovi linguaggi visivi nati con l'apporto del computer, ospitando i protagonisti della rivoluzione digitale del graphic design internazionale.

In particolar modo si fa riferimento alle mostre e agli eventi organizzati a Venezia da Giorgio Camuffo con la consolidata collaborazione del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny e dell'Assessorato alla Cultura e allo spettacolo di Venezia, *Pacific Wave. Californian Graphic Design* (27.09-27.12.1987), *Fortuny Graphic* (1987 e 1995), *Zuppa digitale* (1996 e 1999) e *Carson in Italia* (1997) e alla mostra organizzata a Roma da Andrea Rauch *Quattro stelle. Graphic design in Europa* (18.10-22.11.1993).

Tali mostre, come già anticipato, permettono da una parte di mettere in relazione una serie di iniziative e figure che contribuiscono alla diffusione del progetto grafico contemporaneo in Italia e dall'altra di sottolineare la necessità di colmare un vuoto culturale nell'ambito del graphic design tipico degli anni Ottanta e Novanta.

Infatti nel periodo indagato dalla ricerca, soprattutto nel decennio Ottanta, in Italia latitano le manifestazioni culturali sul progetto grafico, le ultime designate al graphic design sono quelle relative al tema della grafica di Pubblica Utilità, che a partire dal 1986 si esauriscono.

La ricostruzione delle vicende delle mostre e degli eventi sopracitati offre una cronaca puntuale delle circostanze che introducono in Italia appunto le nuove istanze grafiche facendo comprendere le potenzialità del computer come strumento di progetto.

Emergono due questioni centrali: la prima mette in luce come la figura di Giorgio Camuffo e le politiche culturali del Comune di Venezia contribuiscano a intessere relazioni internazionali tra la città lagunare e i maggiori protagonisti della grafica contemporanea estera; la seconda, invece, permette di individuare facilmente quali sono i graphic designer che influenzano maggiormente la cultura e i linguaggi dei progettisti italiani a partire dagli anni Novanta, sancendo così Neville Brody e David Carson come i graphic designer più iconici dell'ultimo decennio del Novecento.

3.3.1 Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny come "bottega del computer"

A partire dai primi anni Ottanta uno dei luoghi culturali che si dimostra fin da subito interessato agli ambiti che esplorano le nuove tecnologie elettroniche e digitali è Palazzo Fortuny a Venezia.

L'istituzione museale veneziana già dal 1975, anno della sua istituzione, risulta essere il luogo della città lagunare designato ai diversi ambiti delle arti applicate, fino a quando nel 1979 viene consacrata come il più importante centro della cultura fotografica in Italia attraverso la grande iniziativa *Venezia '79 – la Fotografia*[184], che ha coinvolto circa 500 fotografi da tutto il mondo, esposti in ventisei mostre di cui molte dedicate ai grandi autori, e che si è avvalsa di decine di attività collaterali, tra i quali quarantacinque

184 L'iniziativa *Venezia '79 – la Fotografia*, che è definita dalla stampa "una grande festa della fotografia", nasce dall'idea dal direttore dell'International Center of Photography, Cornell Capa, che ha visitato la città in occasione della retrospettiva dedicata al fratello Robert alla Biennale della Fotografia del 1961. In collaborazione con il Comune e l'UNESCO, Capa organizza una rassegna di proporzioni inedite: da giugno a settembre 25 esposizioni fotografiche si accompagnano a seminari e workshop con celebri esponenti della fotografia internazionale. Cornell Capa con l'ICP si occupa della direzione artistica dell'evento e delle mostre internazionali. Le mostre principali confermano i grandi fotografi del reportage lirico, sociale e giornalistico come Lewis W. Hime, Robert Capa, Alfred Stieglitz e Eugene Atget, affiancati da diversi autori stranieri e italiani, tra i tanti Gabriele Basilico, Mario Cresci Luoigi Ghirri, Guido Guidi, Mimmo Jodice, Paolo Monti, Ugo Mulas, Fulvio Roiter e Oliviero Toscani. Si vedano: AA. VV. *Venezia '79 – la Fotografia*, Milano: Electa Editore, 1979; Dolzani, F., *Il gioco di nessuno. La forma biennale tra Venezia e Parigi nel dopoguerra fino agli anni Ottanta*, in Portinari, S., Stringa, N., (a cura di) *Storia della Biennale di Venezia*, Venezia: Ca' Foscari Digital Publishig, 2020, 201-211.

workshop della durata di cinque giorni ciascuno e diverse conferenze. L'introduzione degli eventi secondari costituisce una delle nuove caratteristiche che differenziano questa grande manifestazione dalle Biennali di Fotografia degli anni precedenti e che connotano negli anni successivi tutta l'attività culturale di Palazzo Fortuny.

La mostra organizzata dal Comune di Venezia e ideata da Cornell Capa si avvale della collaborazione di Daniela Palazzoli[185] e Italo Zannier[186] – tra i membri del comitato scientifico – per le esposizioni che hanno come oggetto la fotografia italiana. Come testimonia Silvio Fuso[187], responsabile di Palazzo Fortuny in quegli anni, questa iniziativa si inserisce in una 'linea di politica culturale' del Comune di Venezia, che ha dato avvio a un tentativo di valorizzazione e riscoperta della fotografia organizzando delle mostre nella sede sopracitata. Negli anni successivi le attività espositive avranno un seguito grazie al Centro di Documentazione con sede nel museo, il quale fino alla fine degli anni Novanta organizzerà, oltre a circa settanta mostre fotografiche, altri eventi nei diversi ambiti che ricorrono alle nuove tecnologie come mezzo di sperimentazione.

La risonanza di questo evento fotografico non cambia soltanto la connotazione e i programmi culturali del museo di Palazzo Fortuny, diventando così uno dei pochi punti di riferimento in Italia sulla contemporaneità delle arti visive e dei campi affini, ma condiziona anche le scelte professionali di molti giovani italiani interessati alla fotografia e ad altri ambiti collaterali, come quello del progetto grafico[188].

Le novità introdotte da Palazzo Fortuny, tuttavia, non sono soltanto legate alle proposte espositive di carattere soprattutto internazionale, ma anche alle modalità di coinvolgimento del pubblico, che spesso non è costituito esclusivamente da professionisti. Nei primi anni Ottanta questi precisi intenti voluti dalla dirigenza del museo porteranno all'istituzione del Centro di Documentazione, che sotto la direzione di Sandro Mescola e Silvio Fuso fino alla fine degli anni Novanta, darà vita ad una serie di eventi che condizioneranno sia il territorio veneziano che quello nazionale dal punto di vista delle tematiche innovative, introducendo riflessioni inedite sul rapporto tra arti visive e nuove strumentazioni tecnologiche elettroniche e digitali.

Complice di questo slancio pionieristico verso le innovazioni è stata la 42a edizione della Biennale d'Arte di Venezia del 1986, diretta da Maurizio Calvesi[189] e dal titolo *Arte e scienza*, che permetterà a Mescola e Fuso di vedere tutto il potenziale ancora inespresso delle trasformazioni tecnologiche in atto in quegli anni, finora ad allora percepite unicamente come appannaggio di tecnici e di ingegneri. All'interno di questa edizione si mettono in scena le indagini e le esplorazioni che l'arte stanno conducendo appropriandosi dei nuovi mezzi informatici e telematici, dal telefax ai primi prototipi di email, ai software di videoscrittura all'esordiente computer graphic animation realizzati con una rete di Macintosh.

In particolar modo all'interno della sezione *Arte e biologia. Tecnologia e informatica*, presso gli spazi delle Corderie dell'Arsenale, si costituisce un laboratorio/evento *Ubiqua. Network planetario*[190] – ideato da critici d'arte Roy Ascott, Maria Grazia Mattei, Tom Sherman e Tommaso Trini – in cui diversi gruppi d'artisti, collegati da tutto il mondo, sono invitati a interagire tra di loro scambiandosi messaggi attraverso le strumentazioni sopracitate. Questo processo creativo di collaborazione a distanza, oltre ad anticipare per certi versi la condizione di interazione del futuro media web, folgora Mescola e Fuso a tal punto da chiedere alla curatrice Maria Grazia Mattei di collaborare col Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny in qualità di consulente del nascente settore *Video e Nuove biografie/immagini*[191]. Prende vita così un sodalizio, attivo dal 1986 al 1990, che porterà nella città lagunare varie manifestazioni e protagonisti internazionali che indagano sul rapporto tra linguaggi visivi e strumentazioni tecnologiche, campo di ricerca trasversale a diversi ambiti culturali.

Mescola e Fuso, rispettivamente direttore e vice-direttore di Palazzo Fortuny, istituiscono anche altre sezioni per offrire un programma che copra a 360 gradi diverse discipline accomunate tutte dal rapporto tra progetto e tecnologie. Le restanti sezioni ideate sono: una inerente al progetto grafico coordinata da Camuffo; l'altra sulla fotografia seguita da Paolo Costantini[192]; l'ultima sulla moda e i costumi da Marco Tosa[193].

Creata la squadra, il motore propulsivo della maggior parte delle attività del Centro di Documentazione è sicuramente Maria Grazia Mattei, che con le sue capacità relazionali e il suo interesse verso tutto ciò che è inerente alle nuove tecnologie porterà all'apertura del Centro verso scenari internazionali e all'avanguardia. Per comprendere la portata di tale lungimiranza culturale basta citare tra i tanti eventi, organizzati lungo un decennio, il convegno *Mondi virtuali*[194] del 1990, momento topico che segna una svolta per la cultura italiana, in cui ci si rende conto che "il computer non era più solo una macchina che serviva a fare calcoli ingegneristici, ma che intorno ad esso si era creato

185 Daniela Palazzoli storica e docente dell'arte contemporanea, si interessa di fotografia a partire dalla metà degli anni Settanta.

186 Italo Zannier (1932-), fotografo e storico della fotografia italiana, molto attivo a Venezia sia come docente universitario sia come curatore di mostre fotografiche.

187 Intervista dell'autrice a Silvio Fuso, 09.09.2020, Venezia, pp. 448-451.

188 Camuffo partecipa ai workshop organizzati durante l'evento *Venezia '79 – la Fotografia*, avvicinandosi prima al linguaggio fotografico e successivamente a quello grafico. Durante la manifestazione prende parte al workshop di un giovane Oliviero Toscani e la sua fotografia pubblicitaria vivace, non più bicromatica, ma ricca di colori e arricchita da inserti grafici. Si veda l'intervista dell'autrice a Giorgio Camuffo, 30.05.2019 e 24.06.2020, Venezia.

189 Maurizio Calvesi (1927-), storico e critico dell'arte, cura la sezione Arti visive per due edizioni della Biennale d'arte di Venezia nel 1984 e nel 1986. La 42a edizione della manifestazione veneziana trattava la tematica *Arte e scienza*, che fu divisa in due differenti sezioni/filoni: la prima intitolata *Tra passato e presente* comprendeva *Spazio, arte ed alchimia* e *Wunderkammer*; la seconda, *Nell'età delle scienze esatte*, è divisa a sua volta in *Arte e biologia, Colore, tecnologia ed informatica* e *La scienza dell'arte*. Si tratta di una mostra molto complessa e articolata, che vede per la prima volta l'utilizzo di nuovi mezzi tecnologici in dialogo con l'arte.
Si veda: *42a Esposizione Internazionale d'Arte La Biennale di Venezia. Arte e scienza*, catalogo della mostra, Venezia, 29.06-28.09.1986, Milano: Electa, 1986.

190 All'interno del laboratorio *Ubiqua. Network planetario* viene realizzato uno scambio di materiali in rete attraverso il network ARTEX di Robert Adrian oltre ad altre forme di scambio attraverso varie tecnologie digitali. Alla performance partecipa anche ACEN (Art Com Eletronic Network) – una piattaforma elettronica per la condivisione di informazioni sull'arte – aprendo uno spazio elettronico per l'inserimento di notizie e contributi da parte di chiunque avesse voluto partecipare (artisti, scrittori, ingegneri, programmatori, sistemisti e media attivisti).
In questo progetto 'artista' è considerato chiunque partecipi e 'opera d'arte' è il lavoro di molti individui insieme.
Si vedano: *42a Esposizione Internazionale d'Arte La Biennale di Venezia. Arte e scienza*, catalogo della mostra, Venezia, 29.06-28.09.1986, Milano: Electa, 1986, pp. 199-202; AA.VV., *42a Esposizione Internazionale d'Arte La Biennale di Venezia. Arte e biologia. Tecnologia e informatica*, Venezia, Milano: Electa, 1986, pp. 66-77.

191 È stato possibile ricostruire la storia molto frammentata del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny grazie alle testimonianze di Giorgio Camuffo, Silvio Fuso, Sebastiano Girardi e Maria Grazia Mattei. L'archivio purtroppo è inagibile da un paio d'anni. Si vedano le interviste dell'autrice a: Giorgio Camuffo, 30.05.2019 e 24.06.2020, Venezia; Silvio Fuso, 09.09.2020, Venezia; Sebastiano Girardi, 05.02.2020, Venezia; Maria Grazia Mattei, 16.04.2020.

192 Paolo Costantini (1959-1997) è stato un importante storico della fotografia.

193 Marco Tosa (1955-) è uno studioso esperto dei temi legati alle arti applicate, moda, costume e giochi. È stato consulente per il comparto tessile a Palazzo Fortuny dal 1984 al 1992.

194 Del convegno purtroppo non sono mai stati pubblicati gli atti, ma, secondo la testimonianza di Mattei, dovrebbe esistere una videoripresa delle due giornate come unica documentazione di un momento culturalmente cruciale.

un mondo nel quale cominciavamo a interagire – ovvero la realtà virtuale”[195]. A questo convengo partecipano molti tra i protagonisti della scena internazionale: John Lasseter, Timothy Leary, Will Gibson, Paul Virilio.

A partire dal 1986 si avvia una stagione florida di mostre, seminari, convegni e workshop che conferisce allo spazio espositivo di Palazzo Fortuny l’appellativo di ‘bottega del computer’, preso in prestito dal titolo dell’articolo di Rosanna Albertini, in cui si sottolinea la realtà esemplare dell’istituzione veneziana: “In Italia quasi non esistono altre occasioni di crescita culturale e professionale come questi corsi di Venezia sostenuti – caso raro – dalla pubblica amministrazione. Soprattutto sono scarse le sedi dove si dia spazio alla riflessione mista sulla virtualità offerta da un parco macchine che finisce per avere una sorta di vita propria distinta sia dalla scienza sia dall’arte”[196].

Le attività laboratoriali proposte dalla Mattei nel tempo si intrecciano spesso con i nuovi ambiti della grafica italiana che si stanno formando con l’introduzione del digitale, come la videografica, ospitando in particolar modo personaggi pionieristici del calibro di Convertino e Mario Sasso per la loro collaborazione con la Rai e Mario Canali di Studio Azzurro.

Tuttavia non saranno i programmi dei corsi della Mattei ad avviare l’interesse del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny verso il settore della comunicazione visiva, bensì il contributo di Camuffo che intraprende un percorso di indagine nell’ambito della grafica contemporanea, soprattutto quella internazionale, ospitando nel 1987 per la prima volta in Italia una mostra dedicata al movimento della grafica americana nominato *Pacif Wave*, i cui protagonisti sono tra i primi a utilizzare il computer come mezzo espressivo.

La propensione di Camuffo verso quanto accade al di fuori del territorio italiano porterà a Venezia figure della caratura di April Greiman, John Casado, Michael Vanderbyl e molti altri nella metà degli anni Ottanta, Tibor Kalman, Hamish Muir e David Carson nella seconda metà degli anni Novanta.

Oltre alla mostra *Pacific Wave. Californian Graphic Design* (1987), Camuffo organizza all’interno di Palazzo Fortuny o con la collaborazione del museo una serie di workshop *Fortuny Graphic* (1987 e 1995) che affiancano alle conferenze o alle esposizioni sempre l’aspetto laboratoriale, offrendo al pubblico la possibilità di potersi cimentare direttamente col progetto grafico e con i suoi protagonisti. Inoltre, con il sostegno dell’Assessorato alla cultura e allo spettacolo di Venezia e di Sandro Mescola, Camuffo viene coinvolto nella curatela di un’ulteriore iniziativa *Zuppa digitale* (1996 e 1999) che indaga specificatamente la relazione tra comunicazione visiva e linguaggi multimediali.

3.3.1.1 *Pacific Wave, Californian Graphic Design* (1987)

Come è già accennato, la prima iniziativa sulla cultura del progetto grafico inserita nella programmazione di Palazzo Fortuny è la mostra *Pacific Wave. Californian Graphic Design* (Venezia, 27.09-27.12.1987)[197]. Curata da Giorgio Camuffo assieme ai referenti del Centro di Documentazione, Fuso e Mescola, porta per la prima volta in Italia i maggiori esponenti della Pacific Wave americana, per citarne alcuni tra i più importanti April Greiman, Clemente Mok[198], Lucille Tenazas[199], Michael Vanderbyl[200], Rudy Vanderlans.

Gli intenti dei curatori sono molteplici, *in primis* di indagare le tendenze del movimento americano cosiddetto Pacific Wave, che risulta essere la corrente più promettente e all’avanguardia rispetto all’uso del computer nell’ambito del graphic design, secondariamente di esaminare le connessioni della grafica con le altre discipline come il video, la moda, la fotografia e l’architettura, e infine di riflettere sul ruolo dei progettisti grafici nel mondo della comunicazione visiva proprio in relazione all’evoluzione delle nuove strumentazioni digitali.

Un ulteriore aspetto rilevante di questa mostra si trova nell’introduzione del catalogo[201], in cui si spiegano quali sono le aggiuntive motivazioni che spingono i responsabili del Centro di Documentazione a introdurre nel programma del Museo Fortuny un nuovo ambito di ricerca, ossia il graphic design, che fino ad allora non è mai stato esposto in questa sede. Il rinnovato interesse rispetto a questa disciplina sottolinea l’attenzione da parte dell’istituzione culturale veneziana verso ciò che sta accadendo a livello internazionale per un duplice motivo, il primo l’affacciarsi delle nuove tecnologie digitali e il secondo la maggior importanza che sta assumendo il graphic design nei culture studies negli anni Ottanta.

Inoltre, l’esigenza di introdurre il nuovo settore nasce soprattutto dalla necessità del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny di applicare una nuova filosofia nell’organizzazione dell’iniziative culturali del Centro stesso, ovvero di integrare l’attività espositiva con quella formativa e di documentazione. In questo modo si accede a una nuova modalità di fruizione degli spazi espositivi, intesi non più unicamente come semplici contenitori, ma anche come luoghi-laboratorio, dove le mostre non restano più eventi singoli, ma iniziative coordinate di progetti di ricerca più articolati.

L’ambito del graphic design si inserisce così perfettamente in questa nuova visione

195 Mattei, M. G., *Alle radici del nuovo*, in De Kerckhove, D., *Psicotecnologie connettive*, Milano: Egea, 2014, p. 5.

196 Albertini, R., *La bottega del computer*, in “l’Unità”, venerdì 16 dicembre 1988, p. 14.

197 I progettisti grafici che esposti alla mostra erano: Saul Bass, Keith Bright, John Casado, John Coy, Michael Patrick Cronan, James Cross, April Greiman, Gary Gutierrez, John Hersey, Kit Hinrichs, Michael Mabry, Michael Manwaring, Clement Mok, Jayme Odgers, Gerald Reis, Michael Schwab, Vigon Seireeni, Debora Sussman, Drew Takahashi, Lucille Tenazas, Rudy Vanderlans, Michael Venderbyl, Tamotsu Yagi.
Si vedano per maggiori informazioni sulla mostra: R. B., *La grafica e la design californiani in mostra a Venezia*, in “La Repubblica”, 26 settembre 1987; Segnalazioni, *Pacific Wave, California Design*, in “Linea grafica”, 6, 1987, p. 57; Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987; *Pacific Wave*, in “Linea Grafica”, 2, 1988, pp. 52-53.
Utili alla ricostruzione parziale delle vicende della mostra: le interviste dell’autrice a Roberto Barazzuol, 13.05.2019, Udine e a Giorgio Camuffo, 30.05.2019 e 24.06.2020, Venezia.

198 Clement Mok è un progettista grafico famoso soprattutto per essere stato l’art director di una delle aziende americane più innovative e rivoluzionaria degli anni Ottanta: Apple Computer. La sua esperienza nel campo del design abbraccia una vasta gamma di mezzi di comunicazione – stampa, televisione, computer, video, ambiente – tutti i quali gli hanno valso numerosi premi prestigiosi. Fin da subito si dimostra favorevole all’integrazione delle tecnologie emergenti del computer nell’ambito delle discipline del design. Nel 1982 è impiegato nella pianificazione ed esecuzione di tutti i materiali promozionali per il lancio del primo Macintosh.

199 Lucille Tenazas è una delle poche protagoniste donna della Pacif Wave. Come April Greiman fin da subito dimostra un atteggiamento entusiasta verso l’uso del computer nella progettazione grafica. I suoi lavori sono insigniti da numerosi premi di grafica internazionali.

200 Michael Vanderbyl è stato uno dei maggiori protagonisti della grafica americana del Novecento che con i suoi progetti ha contribuito a rendere San Francisco il centro più prolifero della grafica postmodernista.

201 Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987, pp. 6-7.

del Centro, perché possiede nella propria essenza sia il fare che il sapere, prestandosi a essere idoneo come oggetto dei laboratori. Così alla mostra vera e propria sulla grafica della Pacific Wave si affiancano dei workshop, *Fortuny Graphic 1*[202], tenuti dai tre graphic designer più iconici del design californiano: John Casado [203], April Greiman e John Hersey[204].

Se questi sono gli intenti della direzione del Centro, lo scopo principale di Camuffo è quello di portare per la prima volta in Italia un diverso approccio alla grafica, o usando le sue parole 'una ventata di aria fresca'[205], che sta prendendo piede da qualche tempo in California, e di introdurre nello scenario italiano nuovi linguaggi che stanno modificando altrove non solo le istanze stilistiche, ma anche il ruolo del progettista grafico all'interno del processo di produzione del graphic design. Per Camuffo è evidente che oltreoceano le necessità della committenza stanno cambiando di pari passo ai mutamenti sociali ed economici – questo l'ha potuto vedere coi propri occhi durante i suoi viaggi a San Francisco e a Los Angeles nel 1984[206] – e si richiede ai progettisti grafici di avere un ruolo sempre più attivo in contrapposizione a quello di semplice 'interprete ordinato'[207] che l'*International Style* ha imposto fino ad allora.

Camuffo è intenzionato a smuovere dal torpore il panorama della grafica italiana, consapevole che questo tipo di mostra potrebbe condizionare il modo di approcciarsi al progetto grafico di molti giovani grafici italiani, così come conferma il graphic designer modenese Alessandro Jumbo Manfredini[208].

L'idea di presentare i protagonisti della grafica americana in Italia nasce dall'incontro/scontro fortuito di Camuffo con le pagine della rivista giapponese *Idea*[209], che dedica un intero numero ad April Greiman e ad altri progettisti della Pacific Wave. Da qui l'intuizione di portare nella penisola una mostra inedita che racconti di un modo di progettare innovativo e con l'uso di un mezzo differente da quelli finora impiegati nella professione del grafico. Inoltre Camuffo è conscio che negli anni Ottanta in Italia le riviste estere fungono da unico luogo in cui è possibile informarsi sullo scenario internazionale, anche se al contempo la questione linguistica diventa spesso uno scoglio per apprendere le discussioni in atto negli articoli pubblicati[210].

Al contrario però gli espedienti espositivi delle mostre, data la loro immediatezza, faciliterebbero sicuramente la comprensione dei fenomeni diffusi altrove ed ecco che così si pongono le basi per l'ideazione della mostra *Pacif Wave a Venezia*.

Convinto della potenzialità della sua idea, Camuffo decide allora di affrontare direttamente un viaggio in California, facendosi accompagnare da un altro progettista grafico italiano, Roberto Barazzuol, che ha conosciuto lavorando nello studio di Giulio Cittato e che da qualche anno viveva a San Francisco, dove prende parte alle riflessioni condotte dal gruppo della rivista americana *Emigre*[211].

Camuffo riesce a convincere i progettisti grafici della Pacific Wave, attirati anche dall'idea di un breve soggiorno a Venezia, a partecipare alla mostra, chiedendo ad alcuni di loro di condurre dei workshop e ad altri di avviare una collaborazione con uno dei partner finanziatori della mostra, ossia il gruppo tessile Benetton[212]. Si intessono così geografie relazionali tra la città lagunare e lo scenario contemporaneo internazionale del graphic design, rapporti che col passare del tempo si consolideranno con parte del territorio veneto non solo attraverso la figura di Camuffo, ma anche con il centro di ricerca sulla comunicazione Fabrica a Treviso fondato nel 1994.

Se queste sono le premesse della genesi dell'esposizione, ora è necessario approfondire quali sono i suoi contenuti e le riflessioni intraprese dalla comunità dei grafici italiani su quanto esposto. Da quanto è stato possibile ricostruire dai pochissimi materiali d'archivio di Palazzo Fortuny e dai trafiletti presenti sulla rivista *Linea Grafica nella sezione Segnalazioni e Mostre*[213], la mostra si articola in una serie di aree rappresentative della situazione grafica contemporanea: la prima, graphic design e l'avvenimento culturale, comprende il materiale realizzato in occasione di grandi eventi culturali e sportivi, ad esempio le Olimpiadi di Los Angeles; la seconda, graphic design e industria, tratta i progetti per la grande industria come alcuni video per Apple Computer e il brand d'abbigliamento Esprit; la terza, graphic design e la comunicazione, in cui vengono sottolineati la formazione culturale e il differente approccio alla comunicazione di studi professionali, gruppi di ricerca, riviste e scuole.

La suddivisione attuata propone "di analizzare le tendenze in atto del design californiano, verificare le connessioni della grafica con le altre discipline (video, fotografia, moda, disegno industriale, architettura), contribuendo a definire il ruolo del grafico nel mondo della comunicazione visiva tenendo una precisa identificazione del suo spazio professionale e linguistico in rapporto all'evoluzione delle tendenze tecnologiche ed artistiche"[214].

Oltre agli intenti che spingono a elaborare delle riflessioni sul panorama italiano di quegli anni, si possono individuare almeno due altri meriti di questa mostra: aver presentato a un pubblico vario la realtà contemporanea americana attraverso gli artefatti comunicativi sia esposti che utilizzati per promuovere l'iniziativa, la pubblicazione di alcuni saggi e testimonianze nel catalogo che affrontano tematiche fino ad allora poco discusse in Italia.

Sul terreno della diffusione ad un pubblico allargato risultano significativi gli espedienti messi in atto da Camuffo per il progetto dell'identità dell'intera manifestazione.

202 Si veda: Camuffo, G., *Graphic Fortuny 1*, depliant, 1987, [Archivio Palazzo Fortuny].

203 John Casado è il progettista grafico che si occupa del progetto del marchio del primo computer Macintosh nel 1984.

204 John Hersey inizia la sua carriera come illustratore agli inizi degli anni Ottanta e nel 1983 inizia a utilizzare il computer come strumento per le sue illustrazioni, questo gli valse la collaborazione con la rivista *Mac World Magazine*.

205 Cit. intervista dell'autrice a Giorgio Camuffo, pp. 412-419.

206 Interviste dell'autrice a Roberto Barazzuol, 13.05.2019, Udine e a Giorgio Camuffo, 30.05.2019, Venezia.

207 G. Camuffo, *Sognando la California/California Dreaming*, in Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987, pp. 8-9.

208 Alessandro Jumbo Manfredini (Modena, 1962) è un progettista grafico italiano molto attivo negli anni Novanta nell'ambito del graphic design per l'identità dei club dello scenario underground emiliano. È stato assieme a Fabrizio Schiavi l'ideatore della rivista sperimentale *Climax*, argomento approfondito nel capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento*.
Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia.

209 "Idea Magazine", 179, luglio 1983.

210 Questa condizione è avvalorata dalle testimonianze dei progettisti intervistati.

211 Si veda: *Roberto Barazzuol. Disegno grafico*, in "Emigre", 5, 1986, pp. 21-23.

212 Dalla testimonianza di Giorgio Camuffo e dai documenti consultati in archivio di Palazzo Fortuny emerge la stipula con Benetton per la realizzazione di t-shirt disegnate da John Hersey e messe in commercio dall'azienda trevigiana. Si vedano: *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, comunicato stampa, 18.08.1987, Venezia; *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, depliant, 1987, [Archivio Palazzo Fortuny].

213 Segnalazioni, *Pacific Wave, California Design*, in "Linea grafica", 6, 1987, p. 57; *Pacific Wave*, in "Linea Grafica", 2, 1988, pp. 52-53.

214 Cit. *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, comunicato stampa..., p. 2.

Per prima cosa l'intento del progettista veneziano è quello di realizzare appositamente 'un'identità scoordinata'[215] in contrasto con il concetto di unitarietà tipico dei linguaggi visivi del cosiddetto *International Style* – ancora molto diffuso nel 1987 –, che al contempo restituisca visivamente le caratteristiche grafico-compositive della New Wave americana: sovrapposizioni di immagini ed elementi grafici; tipografia espressiva; rottura delle griglie geometriche e matematiche; uso di colori vivaci. Per portare a termine la sua idea, Camuffo assegna il progetto di un preciso artefatto a ogni progettista americano coinvolto nella mostra. April Greiman così progetta un manifesto da includere nel catalogo differente da quello che promuove la mostra sui muri di Venezia mentre gli altri grafici si occupano della selezione iconografica e della composizione della propria pagina all'interno del catalogo stesso.

Configurandosi programmaticamente come una sorta di 'manifesto' duraturo sia per tali scelte grafiche sia per i contenuti, lo stesso catalogo permette il confronto fra le due culture grafiche, statunitense ed italiana. In particolar modo si fa riferimento al saggio del graphic designer Michael Vanderbyl, *Ma esiste un "Californian Style"?/Is there a "Californian Style"?*[216], e alle testimonianze dei progettisti italiani Pierluigi Cerri, *Un charter iperrealista/A realistic package tour*[217], e Aldo Cibic, *Los Angeles primo contatto/ Los Angeles First contact*[218].

Il saggio di Vanderbyl riflette proprio su quali sono le caratteristiche di quello che si sta delineando negli anni Ottanta come "California Design" e se si può realmente parlare di uno stile univoco e identitario. Alla domanda posta da Vanderbyl sulla possibile esistenza di un "California Style" lui stesso apre la trattazione affermando di non esserne poi così sicuro, perché i graphic designer californiani non hanno stilato un manifesto né si sentono parte di un vero e proprio movimento. Piuttosto sono consci dei cambiamenti in atto sotto i loro occhi e riconoscono che stanno elaborando un vocabolario visivo costituito da alcuni elementi facilmente riconoscibili, come l'uso di una specifica gamma cromatica, il lirismo e l'attitudine alla sperimentazione, che costituiscono per Vanderbyl lo stile da lui chiamato "svizzero californiano"[219].

Inoltre, secondo il progettista americano, le peculiarità dei linguaggi californiani sono frutto della speciale condizione socio-geografica, perché da un lato la California è uno stato a sé, con una varietà di stili di vita, di etnie, di circostanze e di idee ineguagliabili, dall'altro la committenza californiana è unica, in quanto è costituita da aziende che non esistevano dieci anni prima del 1984 (in riferimento all'esempio del distretto delle aziende di tecnologie avanzate come la Apple). Per di più, sempre secondo Vanderbyl, anche le industrie che tradizionalmente sono impiantate in altri stati americani, come quelle del settore dell'abbigliamento e dei mobili, una volta che operano in California affrontano le questioni grafiche con un approccio innovativo, privo di dogmi e parametri progettuali. Vanderbyl riscontra quindi l'esistenza di un'attitudine sia dei progettisti grafici che dei clienti a essere più ricettivi e progressisti.

A sostegno della sua tesi il designer californiano riporta una citazione dell'AIGA (American Institute of Graphic Art) in cui si sottolinea come "il punto focale della grafica di altissima qualità non è più unicamente New York: anche la California è diventata una forza assai significativa in questo campo. È opinione del Comitato nazionale dei giudici dell'AIGA, che il 'look' californiano indichi stili individuali più accentuati, libertà di spirito e vitalità cromatica che meritano un'esposizione nazionale a sé"[220]. Questa affermazione potrebbe portare alla conclusione che non è definibile un unico 'California Style' ma uno 'stile dei molti stili' accumunati da caratteri comuni che lo rendono riconoscibile.

A questo punto per comprendere appieno il fenomeno americano esposto a Palazzo Fortuny è utile analizzare quali sono invece i punti di vista di Pierluigi Cerri[221] e Aldo Cibic[222] all'interno del catalogo e di conseguenza fornire anche lo sguardo di due italiani entrambi estranei a quanto sta accedendo oltreoceano e appartenenti a due differenti generazioni.

Cerri inizia la sua testimonianza affermando di non aver mai avuto la possibilità di approfondire adeguatamente il lavoro dei graphic designer californiani, ma di aver avvertito la loro irruenta presenza attraverso la lettura di articoli o l'ascolto di alcune loro dichiarazioni. Per poi proseguire descrivendo quali sono le reazioni suscitate nell'ambito del design italiano e riportando la testimonianza di pareri contrastanti, alcuni di grande entusiasmo, altri di completo disaccordo. Qualcuno, riporta l'autore, dopo aver assistito a una proiezione delle immagini del lavoro di April Greiman si è persino indignato, non riconoscendo come 'grafica' ciò che ha visto. Il progettista si dissocia però da quest'ultimo atteggiamento riconoscendo di aver provato di fronte ai lavori della Greiman una sensazione di "piacere intellettuale"[223], frutto dei linguaggi che stanno, a suo avviso, rappresentando adeguatamente le tensioni creative della fine del secolo scorso attraverso un universo digitale ancora molto distante dalla realtà italiana.

Sebbene questa sia stata la posizione di Cerri, a ben guardare resta comunque un po' snobistica, cioè si rende conto del cambiamento ma lo osserva come qualcosa di distante, culturalmente, da quanto vive. Di contro Cibic racconta come agli inizi degli anni Ottanta nel suo primo viaggio a Los Angeles sia rimasto completamente ipnotizzato e influenzato dal clima che si respira in California, giudicando l'esperienza americana come una delle più importanti e stimolanti per la sua futura carriera di designer.

Cibic ricorda che l'unica rivista del panorama californiano che conosce prima del suo viaggio è *Wet Magazine*, la cui grafica è progettata da April Greiman e Jayme Odgers, descrivendo il loro progetto come "quanto di più avanzato (interessante) si potesse vedere in giro in quel momento sia per le font che per la grafica"[224].

Dalla sua testimonianza si evince quindi l'entusiasmo provato soprattutto verso i nuovi linguaggi e la necessità di travasare il 'nuovo' anche nel panorama italiano, puntando di più alla contaminazione, anche perché, a suo avviso, i tempi sono ormai maturi per affrontare un cambiamento.

I due punti di vista emersi dalle dichiarazione di due diversi progettisti italiani avvalorano la tesi che lo scenario italiano in quegli anni sia pervaso da due atteggiamenti nei confronti dei nuovi approcci e linguaggi proposti dai movimenti grafici internazionali.

215 Cfr. intervista dell'autrice a Giorgio Camuffo, pp. 412-419.

216 Vanderbyl, M., *Ma esiste un "Californian Style"?/Is there a "Californian Style"?*, in Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987, pp. 14-15.

217 Cerri, P., *Un charter iperrealista/A realistic package tour*, in Camuffo, G., *Pacific*..., pp. 16-17.

218 Cibic, A., Los Angeles primo contatto/Los Angeles First contact, in Camuffo, G., *Pacific*..., pp. 18-19.

219 Op. cit. Vanderbyl, M., *Ma esiste*..., pp. 14-15.

220 Ibidem.

221 Pierluigi Cerri (Orta San Giulio, 1939), architetto, designer e accademico italiano. Nel 1974 è partner fondatore di Gregotti Associati, con cui ha vinto numerosi concorsi d'architettura. È membro della AGI – Alliance Graphique Internationale, l'associazione internazionale che riunisce i migliori graphic designer e illustratori mondiali. Nel 1976 Cerri ha diretto l'immagine della Biennale di Venezia.

222 Aldo Cibic (Schio, 1955), designer, nel 1977 inizia a lavorare nello studio di Ettore Sottsass, con il quale nel 1980 prende parte al collettivo Memphis. La partecipazione a Memphis sarà alla base dell'approccio sperimentale che è la cifra della carriera di Cibic.

223 Cerri, P., *Un charter*..., pp. 16-17.

224 Cibic, A., *Los Angeles*..., pp. 18-19.

Da un lato si trovano coloro che osservano con diffidenza non riconoscendosi con essi e dall'altro quelli che ne sono attratti e pronti a sperimentarli.

Ed è proprio in questo dissidio in cui bisogna ricercare le ragioni e le cause sia della lenta transizione che avviene in Italia dall'analogico al digitale, sia della mancanza di una ricostruzione della storia della grafica italiana di questi anni. Sicuramente la mostra *Pacific Wave* è considerata il rompighiaccio di una situazione stagnante tra due realtà grafiche italiane presenti negli anni Ottanta – e riconosciute dalla storiografia –, da una parte il cosiddetto stile milanese derivato dall'*International Style* e dall'altra l'esperienza della grafica di Pubblica Utilità. Bisognerà attendere quasi un decennio per osservare il frutto del cambiamento innescato da questa iniziativa in quanto è stata, riprendendo le testimonianze raccolte,[225] un 'faro nella nebbia', una fonte di ispirazione importante per alcuni dei progettisti grafici italiani che saranno protagonisti dello scenario dei successivi anni.

Va ulteriormente riconosciuto che la mostra è il frutto delle sinergie e degli intenti innovatori comuni tra il progettista grafico Camuffo e le istituzioni culturali della città veneziana, nella fattispecie il Museo Fortuny. Venezia si dimostra perciò un terreno fertile – e non a caso è la città della Biennale d'arte – anticipando così di una decina d'anni, come già accennato, il confronto tra il panorama culturale grafico italiano e quello estero.

Aver stabilito la rilevanza dell'eredità lasciata da questa mostra per ricostruire questo pezzo inedito della storia della grafica italiana, ci consente di proseguire per comprendere meglio quali sono le reti relazionali che ruotano attorno ad alcune figure.

3.3.1.2 *Fortuny Graphic* (1987 e 1995)

All'esposizione *Pacific Wave. Californian Graphic Design* (2-17.11.1987) sono affiancati tre workshop, *Fortuny Graphic*[226], tenuti dai progettisti grafici più rappresentativi del graphic design californiano in dialogo con alcune realtà produttive italiane, per permettere ai partecipanti di lavorare direttamente sulla progettazione di una serie di artefatti grafici originali[227].

I progettisti americani coinvolti sono rispettivamente John Casado (8-15.11.1987), April Greiman (12-17.11.1987) e John Hersey (2-7.11.1987) e a ognuno di essi è affidata una tematica da affrontare: l'illustrazione digitale a Hersey; la progettazione grafica al computer a Greiman; il ruolo dell'art director nell'epoca della rivoluzione digitale a Casado. Oltre a trattare temi differenti, ogni singolo corso ha degli specifici artefatti grafici da realizzare in collaborazione con alcune aziende partner, nello specifico le t-shirt prodotte da Benetton, i poster stampati in collaborazione con tre tipografie offset dell'hinterland veneziano e la shopping bag prodotta da Eurobag.

Ciascun corso prevede la partecipazione di quindici corsisti, i quali devono indicare una sola preferenza tematica all'interno della domanda di adesione, quest'ultima a sua volta viene valutata da un'apposita commissione in base al curriculum personale e professionale e all'eventuale portfolio presentato.

Purtroppo sullo svolgimento e sugli esiti dei workshop non è stato possibile reperire ulteriori informazioni, perché da un lato l'archivio di Palazzo Fortuny non ha mai provveduto in questi anni a catalogare tutto il materiale relativo alle iniziative del Centro di Documentazione – materiale che probabilmente è stato anche perduto –, dall'altro le testimonianze dei progettisti grafici e del responsabile del Fortuny permettono la ricostruzione parziale delle vicende della prima edizione *Fortuny Graphic* del 1987 a causa della mancata conservazione dei progetti realizzati.

Ciò che è stato possibile intuire invece dal testo del depliant *Fortuny Graphic 1*[228] è la volontà degli organizzatori di dare vita a una serie di workshop sulla grafica che non si esauriscano con l'edizione del 1987, ragione per cui al titolo dell'iniziativa è affiancato il numero uno.

Bisognerà però aspettare il decennio successivo per vedere realizzato il secondo appuntamento dell'iniziativa *Fortuny Graphic 2* (16-21.01.1995)[229].

La seconda edizione di workshop dedicati alla grafica e ospitati all'interno di Palazzo Fortuny si avvale dell'ideazione e dell'organizzazione della stessa squadra della manifestazione del 1987, ossia Camuffo, Fuso e Mescola, e presenta come ospiti sempre tre importanti progettisti grafici internazionali, David Carson, Tibor Kalman e Hamish Miur.

Dato che oramai in Italia i tempi sembrano maturi per accettare una visione della grafica più aperta al contemporaneo e meno conservatrice rispetto agli anni Ottanta, Camuffo decide di strutturare questa edizione diversamente, offrendo al pubblico, nella giornata del 19 gennaio 1995, un momento di riflessione critica sullo scenario della grafica contemporanea con l'intervento di Sergio Polano, storico della comunicazione visiva, che in quegli anni scrive di progetto grafico nelle pagine della rivista *Casabella*. Polano inoltre è uno dei pochi storici italiani che negli anni Novanta tratta la grafica italiana nelle riviste estere di settore, tra le tante *Emigre*, *Affiche* e *Creative Review*.

Il contributo di Polano inizia con alcune constatazioni di partenza sulla situazione della cultura grafica italiana negli anni Novanta, che lui definisce "una cultura abbastanza chiusa e pigra, ansiosa di legittimazione social-culturale ma non sempre disposta ad accettare le trasformazioni che l'abbraccio odierno, sempre più stretto, tra comunicazione e tecnologia impone al mondo cosiddetto civilizzato come un potere egemone con cui misurarsi necessariamente"[230]. Polano si avvale di questo *incipit* per sottolineare non solo la necessità, ma anche l'urgenza di avere in Italia più manifestazioni culturali simili a *Fortuny Graphic*, che permettono a suo avviso sia la diffusione che la legittimazione, a cui si aspira, della cultura grafica italiana. Secondo lo storico, ciò che manca nel territorio italiano non sono le intelligenze e i talenti, quanto più una solida, quotidiana, diffusa e condivisa cultura grafica da parte non solo delle strutture private, ma soprattutto da quelle pubbliche, i cui responsabili molto probabilmente non si soffermano mai sulla qualità degli elaborati grafici che li circondano. Questa assenza di coscienza, secondo Polano, è anche da imputare alla carenza delle istituzioni educative, laddove sono presenti facoltà progettuali sono comunque isolate dal mondo esterno ed erano incapaci di percepire la realtà delle trasformazioni tecnologiche già avvenute, né tentano di avviare un processo di alfabetizzazione informatica per gli studenti, che una volta immessi nel mondo del lavoro devono necessariamente confrontarsi con nuove strumentazioni di supporto al professione.

Questa critica feroce, ma realistica serve a sottolineare maggiormente l'importanza di manifestazioni come *Fortuny Graphic*, in cui sia ha la possibilità di ascoltare, capire e confrontarsi direttamente con i protagonisti della grafica internazionale. Seppur

225 Si vedano le interviste dell'autrice a: Roberto Barazzuol, 13.05.2019, Udine; Mauro Carichini, 04.08.2019, via Skype; Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia; Francesco Messina, 06.04.2019, Tricesimo; Fabrizio Schiavi, 31.07.2019, Milano.

226 Cfr. Camuffo, G., *Graphic Fortuny 1*, depliant...

227 Cit. *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, comunicato stampa..., p. 2.

228 Cfr. Camuffo, G., *Graphic Fortuny 1*, depliant...

229 Si vedano: Panzeri, M., *Da un altro mondo. Fortuny Graphic a Venezia*, in "Notizie Aiap", 3, 1995, pp. 21-22; Polano, S., *Fortuny Graphic presentazione 19.01.1995*, appunti, 1995 [Archivio privato]; Polano, S., *Fortuny Tellers*, in "Creative Review", marzo, 1995, p. 50.

230 Cfr. Polano, S., *Fortuny Graphic presentazione*...

mantenendo la corretta distanza critica dagli autori che parlano di se stessi, l'esperienza dei workshop restituisce una testimonianza fondamentale per apprezzare in presa diretta, senza alcuna mediazione – come accade di solito con le riviste e i libri – , "il lavoro, [...] le idee, le attrezzature mentali, la prassi, il contesto, le attitudini e gli indirizzi di ricerca"[231].

La presentazione di Polano si chiude con l'introduzione dei tre progettisti grafici ospitati a Palazzo Fortuny e con un'ultima riflessione sullo stato dell'arte della grafica contemporanea, accennando che alcune "tendenze si stavano muovendo prepotentemente verso un futuro di competitività ideativa e tecnologica sempre più aspra ma non perciò meno affascinante, da cui però il nostro Paese rischia di essere escluso"[232].

Se queste sono le riflessioni condotte durante la presentazione di Polano, non è stato possibile, sempre per mancanza di fonti, ricostruire invece le tematiche affrontate nei workshop dai tre progettisti grafici così diversi nell'approccio al progetto, e le modalità di partecipazione ai workshop. Da quanto finora emerso, resta indiscutibile che con l'organizzazione di questa seconda edizione di *Fortuny Graphic* il Centro di Documentazione dell'istituzione veneziana si configura ancora una volta negli anni Novanta come uno dei pochissimi luoghi di dibattito in Italia sulla grafica contemporanea e il suo rapporto con le tecnologie.

3.3.2 *Zuppa digitale* (1996 e 1999)

Un'altra iniziativa che si inserisce nel programma di diffusione della cultura digitale nell'area veneziana è stata *Zuppa digitale* (1996 e 1999).

Svoltasi in due edizioni, nel 1996 e nel 1999, essa sancisce la fine della collaborazione di Camuffo – in veste di curatore – con l'istituzione museale di Palazzo Fortuny essendo direttamente supportata dall'Assessorato alla Cultura e allo Spettacolo di Venezia e da Sandro Mescola, in qualità di dirigente dell'Ufficio Cultura.

Completamente differente dalle precedenti manifestazioni ideate da Camuffo, *Zuppa digitale*, attraverso l'alternanza di conferenze e workshop, si pone come momento di confronto e di discussione sulla sempre più crescente presenza del digitale nelle comunicazioni visive. Infatti il titolo dell'evento riassume, secondo Polano, ciò che sta accadendo nella cultura contemporanea che egli stesso paragona 'al brodo primordiale' o meglio alla "ribollita di una trasformazione radicale dei modi di conservazione, trasmissione e produzione dei saperi, dentro il grande calderone della comunicazione umana. Se siamo qui, è perché vorremmo saperne di più, ambiremmo a capire meglio cosa bolle in quella pentola, da parte di chi sta cucinando abilmente questa zuppa, preparando gli ingredienti e sperimentando i sapori in piatti appetibili che ne mettono alla prova delle ricette particolari, i cd-rom"[233].

I tratti connotativi di questa manifestazione sono, da un lato, la partecipazione di Polano con il suo apporto teorico-critico alle conferenze, e dall'altro, il cambio di collocazione dell'evento rispetto alla sede museale di Palazzo Fortuny a Venezia, nello specifico, per la prima edizione viene ospitata al Teatro del Parco della Bissuola a Mestre e per la seconda direttamente allo Studio Camuffo a Cannaregio a Venezia. La scelta di esplorare altri spazi sia dell'hinterland veneziano sia della città lagunare sottolinea contemporaneamente l'esigenza di coinvolgere un pubblico più ampio e la volontà delle

231 Ibidem.

232 Ibidem.

233 Polano, S., *Zuppa digitale*, in http://www.polano.eu/zib/2004/04/199602-zuppa-digitale.html [29.06.2020].

politiche culturali del Comune di valorizzare e di rendere partecipe l'intera municipalità di Venezia.

La prima edizione di *Zuppa Digitale*[234] si articola in diversi appuntamenti distribuiti fra il 5 aprile e il 16 maggio 1996: un workshop dedicato all'illustrazione digitale tenuto da John Hersey, J. Otto Seibold[235] e Vivian Walsh[236] (5.04.1996); la conferenza sull'editoria digitale moderata da Polano con gli interventi di Peter Girardi[237], Rodney A. Greenblat[238] e Bob Stein[239], (10.04.1996); un workshop di Rodney A. Greenblat sull'arte e la tecnologia digitale (11-13.04.1996); un corso sulla grafica digitale con Elliott Peter Earls[240] (14-16.05.1996); un laboratorio sulla fotografia e i nuovi linguaggi digitali con Lewis Baltz[241] (14-16.05.1996). Come si può notare il programma della manifestazione offre una panoramica a 360 gradi su come la strumentazione digitale stia cambiando diversi ambiti della comunicazione visiva e ancora una volta, attraverso la provenienza geografica degli ospiti, si evidenzia l'inadeguatezza dello scenario italiano nell'offrire professionisti esperti in strumenti e linguaggi digitali.

L'unica fonte finora reperita per approfondire i contenuti è la traccia parziale dell'intervento di Polano tenuto alla conferenza *L'editoria digitale*[242], in cui lo storico descrive il presente degli anni Novanta come un periodo straordinariamente confuso, dove per confusione non intende il disordine bensì il significato più intrinseco della parola stessa, ovvero "di fondersi insieme, di mescolamento, di ibridazione, di meticciamento, di trasfusione e di trasmigrazione, di cui non riconosciamo ancora il verso e gli indirizzi, che ancora non comprendiamo appieno ma che avvertiamo, giorno dopo giorno, agire in ogni campo dell'attività umana"[243]. Polano precisa questa situazione a fronte delle tesi che altri in quel periodo stanno portando avanti, in cui si demonizza la tecnologia incolpandola di aver creato una sensazione di dispersione nella società e di aver accelerato il tempo e, di contro, contratto lo spazio.

Secondo lo storico, per comprendere al meglio gli effetti del digitale sull'allora

234 Studio Camuffo, *Friends*, portfolio 2000.

235 J. Otto Seibold (1960-) è un artista e un illustratore di libri per l'infanzia. Nel 1993 progettò con l'autrice Vivian Walsh, anch'ella ospite di *Zuppa Digitale*, il primo libro per bambini interamente realizzato con gli strumenti digitali, *Mr. Lunch takes a plane ride*, e pubblicato dalla casa editrice Viking.

236 Vivian Walsh è un'autrice american di libri per bambini. È diventata famosa grazie alla collaborazione con l'illustratore J. Otto Seibold.

237 Peter Girardi è un interaction designer che lavorava per l'azienda The Voyager Company alla progettazione delle interfacce dei cd-rom.

238 Rodney A. Greenblat (1960-) è un progettista grafico americano che lavorava soprattutto nell'ambito dei videogame. Fu il primo ad applicare l'approccio grafico utilizzando disegni vettoriali bidimensionali nell'ambito dei videogiochi, famoso è il suo progetto per *PaRappa the rapper* (1996) disegnato per la Sony e la console PlayStation.

239 Bob Stein (1946-) è stato il fondatore dell'azienda The Voyager Company, una delle prime compagnie nel campo del multimediale a essersi occupata di editoria multimediale attraverso cd-rom interattivi. Per anni è stato consulente per Atari.

240 Elliott Peter Earls (1966-) è progettista grafico americano che fin da subito si occupa di tipografia digitale e grafica digitale.

241 Lewis Baltz (1945-2014) è stato un fotografo americano interessato ai mutamenti dei paesaggi per mano dell'uomo.

242 Cfr. Polano, S., *Zuppa*... Si veda anche: Polano, S., *Digital soup 1*, appunti 1996 [Archivio privato].

243 Ibidem.

presente sarebbe necessario indagare non tanto la tecnologia in sé per sé come medium, quanto i suoi effetti sulla comunicazione e come questo nuovo modo di comunicare stesse influenzando direttamente il modo di pensare delle persone. Basta ricordare che nel passato tutte le grandi trasformazioni storiche della tecnologia della comunicazione hanno profondamente modificato più il pensiero che il messaggio.
Il digitale però da un lato crea una frattura, collegata soprattutto alla sua essenza chiaramente immateriale divenuta visibile mediante il computer e soprattutto il monitor, dall'altro è in grado di restituire visivamente la complessità della comunicazione/informazione fatta di sovrapposizioni, di connessioni multiple e di meccanismi di interazione attraverso processi di traduzione e semplificazione per l'umana comprensione. Sicuramente questa schematizzazione velocizza alcuni processi, ma di contro garantisce una diffusione più capillare dei saperi così come era accaduto secoli prima con l'innovazione della scrittura artificiale di Gutenberg. Con il suo intervento Polano vuole quindi far riflettere il pubblico più sulle potenzialità inesplorate dei nuovi strumenti, che sul passaggio dall'analogico al digitale già accaduto e inavvertito. In conclusione usa l'esempio dei cd rom, nati per 'contenere suoni, musica', che poi si rivelano un supporto di grande flessibilità – dall'uso come strumento di archiviazione portatile a un ausilio audiovisivo per il mercato multimediale, capace di restituire esperienza di interazione come nel caso dei videogame –, per suggerire di lasciare uno spiraglio aperto verso una nuova forma di cultura a cui soltanto a posteri avrebbero potuto dare un nome.

La seconda edizione di *Zuppa digitale* tenutasi nel novembre 1999[244] annovera tra i suoi ospiti Jen Dugan[245], Elliott Peter Earls, Paulo Feliciano[246], Tom Hobbs[247], Reed Kram[248], Fabrizio Schiavi e Piotr Szyhalski[249].

Gli intenti del curatore restano pressoché gli stessi della prima edizione, con la sola differenza della tematica che è incentrata sull'individuazione dell'immagine della città di Venezia alla fine del millennio, raccontata attraverso lo sguardo e l'uso di diverse pratiche tra cui il video, la fotografia, Internet e il multimediale. Ciò che resta invariata è l'alternanza fra workshop, che si svolgono nell'arco di due settimane, e la conferenza pubblica organizzata al Teatro Toniolo di Mestre a chiusura dell'evento.

Invece le novità che connotano l'edizione del 1999 sono legate alle nuove modalità di fruizione dell'intera manifestazione, da un lato con la realizzazione di un sito web che permette di seguire i lavori online e di interagire con i protagonisti collegati in rete, e dall'altro con la conservazione dei risultati dei workshop in un cd rom che è successivamente distribuito con il catalogo cartaceo.

Oltre agli intenti e le novità sono chiare anche le modalità di svolgimento dei workshop, in cui i docenti e gli studenti lavorano a stretto contatto in una "continua interazione, mescolando come in una vera e propria zuppa le loro diverse provenienze professionali"[250].

Inoltre sono esplicitati da subito i requisiti dei partecipanti ai workshop, ossia una certificata dimestichezza con le tecnologie digitali, richiesta che evidenzia ancora una volta la necessità di Camuffo di esplorare i nuovi linguaggi multimediali consoni alla fine del Novecento.

Infatti il tema principale di *Zuppa digitale* è la ricerca di una nuova visione estetica della città di Venezia e della città lagunare, una specie di mediazione digitale su essi, "in particolare sui luoghi noti a tutti e sulle persone che abitualmente li popolano, si tratterà di creare un 'ritratto' visivo della città"[251].

Per questa ragione il curatore invita i docenti e gli studenti partecipanti a lavorare anche all'esterno, utilizzando diversi mezzi di riproduzione come macchine fotografiche, videocamere e registratori di suoni che contribuiscono a costruire un progetto di natura multimediale.

Dall'analisi di questa manifestazione si evince chiaramente la necessità di confrontarsi sia sugli strumenti digitali sia sul concetto di multimedialità sempre più presenti nell'ambito della comunicazione visiva nella seconda metà degli anni Novanta, spingendo lo scenario italiano a riflettere sul cambiamento in atto.

3.3.3 *Quattro stelle. Graphic design in Europa* (1993)

Fin qui viene indagata soprattutto la scena veneziana che appare quella più fervida per la tipologia di iniziative condotte dal 1987 alla fine degli anni Novanta, arco temporale in cui nel resto del territorio italiano si assiste ad una carenza di iniziative programmate dai progettisti grafici[252]. Come accennato nel paragrafo 3.3, una delle altre testimonianze espositive analizzate è la mostra *Quattro stelle. Graphic design in Europa*[253] (18.10-22.11.1993). Di natura completamente differente rispetto alle manifestazioni organizzate dal Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny e da Camuffo, sia per i contenuti sia in parte per i suoi intenti, questa mostra è ospitata a Roma presso il Palazzo delle Esposizioni e curata da Paola Vassalli, curatrice del settore grafica e illustrazione del Palazzo delle Esposizioni, con la collaborazione del progettista fiorentino Andrea Rauch[254].

Innanzitutto questo evento espositivo – come appare già nel titolo – si focalizza maggiormente sulle esperienze europee, proponendo al pubblico quattro differenti realtà grafiche corrispettive di altrettante nazioni, nello specifico Francia, Inghilterra, Italia e Germania. A loro volta per ciascun Paese sono scelti i lavori di un unico rappresentante che, secondo i curatori, possa essere esemplificativo degli approcci contemporanei del graphic design. Perciò sono esposte le esperienze progettuali dell'Atelier de Création

244 Cfr. Studio Camuffo, *Friends*... Si veda anche: Polano, S., *Zuppa digitale*, mail 28.10.1999 [Archivio privato].

245 Jen Dugan è una progettista e art director americana.

246 Paulo Feliciano (1963-) è un artista e sound designer portoghese, che attento alla contaminazione dei linguaggi visivi, mescola video e grafica digitale.

247 Tom Hobbs è un creative director inglese che lavora soprattutto nell'ambito della UX experience.

248 Reed Kram (1971-) progettista grafico americano, lavora per diversi anni con John Maeda nel MIT Media Lab. A fine anni Novanta si trasferisce ad Amsterdam dopo aver vinto la borsa di studio Fullbright. Attualmente è il co-fondatore dello studio Kram/Weisshaar e vive in Svezia.

249 Piotr Szyhalski artista multimediale polacco e docente universitario negli Stati Uniti.

250 Sebbene non si hanno fonti sugli esiti dei laboratori, è stato possibile tracciarne la modalità e i requisiti attraverso i pochi documenti rinvenuti. Si veda: Camuffo, G., *Zuppa digitale*, comunicato stampa, novembre 1999 [Archivio privato].

251 Ibidem.

252 Così come è stato più volte ribadito delle testimonianze orali di questa ricerca.

253 AA.VV., *Quattro stelle. Graphic design in Europa*, catalogo della mostra, Palazzo delle Esposizioni Roma, 10.10-22.11.1993, Milano: Electa, 1993

254 Andrea Rauch (Siena, 1948) è un progettista grafico e illustratore italiano, cofondatore dello studio grafico Graphiti (Firenze 1983-1993) con Stefano Rovai e Walter Sardonini. Tra il 1975 e il 1989 partecipa assieme al socio Stefano Rovai al movimento della grafica di Pubblica utilità, che, dalla metà degli anni Settanta, cercò di spostare l'attenzione progettuale dalle grandi alle piccole città, dalla comunicazione d'impresa alla comunicazione culturale e sociale.

Graphique[255], di Neville Brody, dello studio Graphiti e di Uwe Loesch[256] attraverso la raccolta di circa ottanta progetti grafici che spaziano dalla tipografia ai manifesti, dalla grafica editoriale all'immagine coordinata.

La scelta di Paola Vassalli ricade su questi progettisti grafici perché sono coloro che rappresentano più di altri il proprio Paese nelle più importanti mostre internazionali di grafica. Inoltre uno dei suoi principali intenti è quello di proporre "un incontro fra realtà diverse sottolineando, nella scelta di diversi autori, una comune metodologia di lavoro insieme a contenuti spesso assai diversi. Comune metodologia di lavoro che trova la sua sintesi in un progetto di comunicazione visiva fortemente radicato nella realtà sociale e culturale in cui i nostri autori operano"[257].

Delle quattro esperienze esposte la più utile all'indagine che si sta conducendo in questa ricerca è quella di Neville Brody, progettista grafico inglese, che si è affermato tanto nello scenario del graphic design britannico quanto in quello internazionale grazie alla sua concezione di progetto tipografico fortemente influenzato dall'uso del computer. Brody è uno dei primi graphic designer inglesi a progettare caratteri tipografici digitali alla fine degli anni Ottanta, diventando così famoso per il suo approccio al progetto mirato a distruggere il rigore formale e le regole della leggibilità sia dal punto di vista della composizione sia da quello della forma della tipografia.

A chiusura di ogni sezione dedicata ai singoli progettisti succede un saggio[258] e nel caso di Brody la stesura è affidata ad Andrea Rauch, *English graphic design: dalla brand image alla nuova tipografia*[259]. L'autore tratteggia brevemente quali sono le esperienze progettuali più influenti nello scenario inglese negli anni Ottanta e negli anni Novanta, arrivando a porre in contrapposizione l'esperienza collaborativa e di team dello studio Pentagram[260] con quella individuale e sperimentale di Neville Brody.

Il lavoro del progettista inglese viene ricostruito attraverso un percorso che va dal suo progetto più iconico, la grafica editoriale per la rivista *The face* nei primi anni Ottanta, fino al disegno dei caratteri e la progettazione della rivista sperimentale *Fuse*, che esplorava i limiti della tipografia digitale.

Tuttavia, Rauch si focalizza più sull'esperienza di impaginazione del periodico *The Face* che sulla ricerca che Brody sta conducendo sul rapporto tra progetto grafico e computer come nuovo mezzo di progettazione. Rauch descrive come l'uso libero delle immagini e della tipografia e l'apparente mancanza di una gabbia abbiano portato Brody stesso a progettare delle pagine che rivedono il vecchio concetto di gerarchia sia dal punto di vista dei valori visivi sia nell'uso dei differenti pesi costruttivi, in tal modo, secondo l'autore, la grafica come la tipografia sono libere da ogni sovrastruttura arrivando persino a sacrificare spesso la leggibilità per diventare pura espressività.

Ciò che si nota però sfogliando le pagine del catalogo è che il testo di Rauch parrebbe elaborato senza conoscere i progetti grafici esposti: infatti le pagine della rivista *The face* non sono presenti, anzi al loro posto sono predilette una serie di manifesti realizzati per eventi culturali, una parte degli specimen dei caratteri tipografici utilizzati nel periodico *Fuse* e alcune copertine per le riviste inglesi in cui Brody ha usato come unico linguaggio espressivo la tipografia digitale.

Data la natura di questo contributo perciò non è molto chiaro quali sono gli intenti dei curatori della mostra nell'includere questo testo nel catalogo, in cui è evidente il limite di inquadrare l'approccio di Brody senza contestualizzare le ragioni delle sue scelte progettuali in merito ai pezzi in mostra.

Nemmeno i rispettivi saggi sugli altri tre protagonisti forniscono un quadro esaustivo sugli approcci grafici dei progettisti scelti e sulle ragioni che li ha portati ad essere selezionati per questa mostra, ma soprattutto l'aspetto più evidente è la mancanza di uno spazio per le riflessioni sullo scenario contemporaneo europeo.

Un piccolo accenno sulla contemporaneità italiana lo troviamo nel saggio di Omar Calabrese[261], *Percorsi della grafica italiana oggi*[262], un tentativo di ricostruire la storia dello studio Graphiti attraverso un excursus cronologico che parte dal Sessantotto – periodo in cui Andrea Rauch muove i suoi primi passi nelle vesti di progettista grafico a metà strada tra l'arte e la grafica – fino ad arrivare all'inizio degli anni Novanta, in cui lo scenario della grafica contemporanea italiana si lascia influenzare dalla contaminazione e dalla compresenza di stili differenti ed eclettici. Calabrese inserisce nel panorama complesso dell'ultimo decennio del Novecento anche l'apporto di un ormai maturo studio Graphiti, a suo avviso, capace di farsi permeare dalle nuove istanze contemporanee e di adattarsi alle nuove strumentazioni.

Infine, nel saggio sulla contemporaneità italiana di Calabrese, si accenna brevemente alla questione della traslazione dei principi della grafica in ambito televisivo condotta dai più giovani progettisti grafici italiani, arrivando a citare Mario Convertino.

A differenza della mostra veneziana *Pacif Wave*, quella romana *Quattro stelle. Graphic design in Europa* non sembra aver lasciato un segno indelebile nella diffusione della cultura del graphic design estero in Italia. Molte delle testimonianze pervenute dalle fonti orali di questa ricerca, conservano un vago ricordo dell'esposizione e non l'annoverano tra quelle che influenzano maggiormente il loro modo di intendere il progetto grafico. Indubbiamente avrà contribuito a colmare il vuoto culturale sulla cultura grafica e avrà aggiunto un tassello nell'individuazione dei canali attraverso i quali si diffondono negli anni presi in esame dalla ricerca alcune istanze sperimentali contemporanee.

255 L'Atelier de Création Graphique è uno studio francese che nasce nel 1989 come proseguo del collettivo Graphus, famoso per essersi occupato di grafica sociale, ed è composto dai progettisti Pierre Bernard, Benoit Bohnké e Thibaut Robin.

256 Uwe Loesch (Dresda, 1943-) progettista grafico tedesco, i cui lavori sono esposti nei più importanti musei nel mondo.

257 Cit. AA.VV., *Quattro stelle. Graphic design in Europa*, catalogo..., p. 7.

258 Per comprendere meglio la portata culturale di questa mostra sono stati analizzati i testi pubblicati nel catalogo della mostra.

259 Rauch, A., *English graphic design: dalla brand image alla nuova tipografia*, in *AA.VV., Quattro stelle. Graphic design in Europa*, catalogo della mostra, Palazzo delle Esposizioni Roma, 10.10-22.11.1993, Milano: Electa, 1993, pp. 34-35.

260 Lo studio Pentagram, fondato a Londra nel 1972, è una delle più grandi realtà inglesi del tempo e internazionali, è il prototipo del grande studio inglese che si occupa soprattutto di brande image con una struttura imponente, dei clienti importanti e una capacità di gestione aziendale attenta alle singole personalità professionali che compongono il team.

261 Omar Calabrese (Firenze 1949 – Monteriggioni 2012), accademico italiano, semiologo e critico della comunicazione visiva, ha svolto anche una intensa attività giornalistica per i maggiori quotidiani e periodici italiani ed è stato direttore delle riviste *Alfabeta. Rivista illustrata della comunicazione e Metafore*. Per un breve periodo aveva preso parte alla redazione di *Casabella* sotto la direzione di Tomás Maldonado.

262 Calabrese, O., *Percorsi della grafica italiana oggi*, in *AA.VV., Quattro stelle. Graphic design in Europa*, catalogo della mostra, Palazzo delle Esposizioni Roma, 10.10-22.11.1993, Milano: Electa, 1993, pp. 48-49.

3.3.4 *David Carson in Italia* (1996-97)

L'ultima manifestazione indagata è *David Carson in Italia* (1996-97)[263], una mostra monografica sul progettista grafico americano della cosiddetta *beach culture*, organizzata e curata sempre da Camuffo, già noto per la sua propensione ai nuovi linguaggi espressivi grafici, che la concepisce come un'esposizione itinerante in tre diversi spazi. Il primo appuntamento è ospitato alle gallerie della Fondazione Bevilacqua la Masa a Venezia (14.09-04.10.1996), per poi essere spostato alla Triennale di Milano (15.01-23.02.1997) e infine al Palazzo delle Esposizioni a Roma (17.07-15.09.1997).

L'evento espositivo è organizzato con il chiaro intento di riportare nuovamente in Italia la cultura grafica contemporanea americana, ripetendo l'esperienza più che positiva della mostra *Pacific Wave* del 1986 e offrendo a un pubblico, sempre più culturalmente preparato, i lavori di uno dei più controversi protagonisti della grafica degli anni Novanta.

Descritto come una 'star' e un'icona della grafica internazionale[264], rende Carson da un lato un personaggio acclamato e dall'altro fortemente contestato, perché al contempo la sua grafica riesce ad essere dirompente quanto indecifrabile, quello che è certo è che riesce a trovare nuove potenzialità espressive in un momento storico in cui si discute a livello internazionale sulla definizione della professione del graphic designer in relazione alla ormai onnipresente strumentazione digitale.

Carson a differenza dei suoi colleghi riesce a catturare con il suo approccio le nuove generazioni di progettisti, perché la sua idea di progetto grafico è libera da qualsiasi regola e da qualsiasi paradigma costruttivo, una libertà espressiva in cui non sono necessariamente rispettate le colonne, le righe, i punti. Il suo stile all'apparenza caotico rappresenta una fusione digitale di tipografia, pittura, design, fotografia e video, un'interpretazione che cattura l'interesse dei giovani grafici, costretti ad attenersi a regole appartenenti a un'altra generazione di progettisti.

Questo entusiasmo generazionale viene evidenziato persino nell'articolo *David Carson/The end of print* scritto a quattro mani da due progettisti grafici distanti anagraficamente: Giancarlo Iliprandi, storico 'maestro' della grafica italiana, ed Edoardo Steiner, giovane progettista milanese. L'articolo testimonia proprio come due generazioni di graphic designer confrontandosi recepiscono e considerano il lavoro di Carson. Da un lato troviamo la vecchia scuola che guarda con sospetto il nuovo modo di intendere il progetto grafico e la stessa figura di progettista che, vista la notorietà di Carson, si chiede se "allora dopo i cult movie, i cult poets avremo i cult designer?"[265]. Dall'altro Steiner spiega le motivazioni che lo portano ad apprezzare il progettista grafico americano, attribuendogli non solo il merito di essere riuscito a uscire dai "tradizionali parametri di omogeneità"[266], ma anche di aver restituito al fruitore la libertà di interpretare la pagina, "d'altra parte chi ha mai detto che i messaggi di una comunicazione sono solidi e geometrici?"[267]. Lo stesso Steiner prova a suggerire agli oppositori di Carson una modalità utile per apprezzare il suo lavoro, ovvero leggerlo senza slegarlo dal contesto in cui egli opera, e che portano a considerarlo, nonostante le molteplici criticità dei suoi progetti, comunque come un pioniere e un interprete unico della professione del graphic design degli anni Novanta.

Se queste sono alcune delle reazioni suscitate dalla mostra di Carson, non vanno dimenticati gli intenti di Camuffo come curatore, secondo il quale, l'essenzialità di questa esposizione risiede nell'evidenziare i rapporti tra il graphic design e l'intero mondo della comunicazione visiva, dal disegno dei caratteri al video, dalla fotografia alla multimedialità, sottolineando infine come Carson trovasse nel computer uno strumento utile per una nuova potenzialità espressiva, capace di fondere assieme elementi pittorici, segni imprevedibili e tipografia dal grande impatto emotivo.

Per valorizzare al massimo questi aspetti il curatore, d'accordo con Carson, cerca dal punto di vista espositivo di rappresentare "tridimensionalmente"[268] il mondo del progettista americano attraverso l'esposizione di materiali diversi – libri, giornali, fotografie, video, oggetti – che esemplificassero i più originali atteggiamenti creativi del progettista.

In ultimo, dalla ricostruzione delle fonti emerge che la mostra, oltre ad aver riscosso un grande successo in tutt'e tre le sedi, ha soprattutto il merito di spingere diverse generazioni di grafici italiani a confrontarsi fra di loro e a riflettere sull'essenza del ruolo del progettista grafico negli anni Novanta, ruolo messo sempre più in crisi sia dall'oramai costante presenza del computer, che fa saltare equilibri e competenze, generando inopportune invasioni di campo – dal punto si vista del già precario riconoscimento della professione in Italia – sia dalle differenti necessità comunicative che si stanno affacciando in quegli anni.

263 La mostra di volta in volta ha assunto una titolazione differente, a seconda della città in cui è ospitata. A Venezia è chiamata *Carson/Venezia*, a Milano *The end of print*, in onore del libro dello stesso progettista grafico, e a Roma *David Carson/Roma. The End of print*. Per ovviare alla mancanza del catalogo, dovuta a ragioni economiche, , il curatore Camuffo in accordo con David Carson e la casa editrice Lawrence King Publising concorda di vendere il volume monografico *The end of print* di Lewis Blackwell e David Carson.
Sulla mostra si vedano: Sebastiano, U., *Carson, il surfista profeta del design*, in "L'Unità", mercoledì 15 gennaio 1997, p. 23; Iliprandi, G., Steiner, E., *David Carson/The end of print*, in "Notizie Aiap", 7, 1997, pp. 6-7.
Inoltre si tengano presenti i seguenti documenti: *Relazione del Consiglio di Amministrazione della Fondazione Bevilacqua La Masa*, dattiloscritto, 1996; Bevilacqua La Masa, Carson/Venezia, comunicato stampa, 1996; *Bevilacqua La Masa, Carson/Venezia*, preventivi di stampa, 1996; *Bevilacqua La Masa, Carson/Venezia*, schede informative sulla mostra, 1996; Studio Camuffo, *David Carson*, proposta programma della mostra e preventivo di spese, Venezia 23.09.1996; *David Carson*, diapositive, 1996 [Archivio Fondazione Bevilacqua La Masa]; *Incontro con David Carson*, comunicato stampa, gennaio 1997, Milano [Archivio la Triennale di Milano].

264 Si vedano: Sebastiano, U., *Carson, il surfista profeta del design*, in "L'Unità", mercoledì 15 gennaio 1997, p. 23; Iliprandi, G., Steiner, E., *David Carson/The end of print*, in "Notizie Aiap", 7, 1997, pp. 6-7.

265 Crf. Iliprandi, G., Steiner, E., *David Carson/The end of print*, in "Notizie Aiap", 7, 1997, p. 6.

266 Ivi, p. 7.

267 Ibidem.

268 Bevilacqua La Masa, *Carson/Venezia, prima scheda informativa sulla mostra*, 1996 [Archivio Fondazione Bevilacqua La Masa].

4.

La grafica digitale italiana nei contesti della sperimentazione musicale e delle arti performative

La diffusione della strumentazione digitale modifica molteplici aspetti del graphic design, ma molti cambiamenti avvengono in ambiti tangenti o completamente estranei al mondo del progetto grafico, più vicini alle discipline delle arti visive e performative e musicali.

Difatti gli anni Ottanta rappresentano il periodo di maggiore contaminazione sia delle opportunità percettive offerte dai diversi media, sia delle molteplici professionalità interessate, generando inediti linguaggi espressivi permeati dalla massiccia presenza dei video e dalla neonata immagine sintetica, ossia quella elaborata o prodotta con il computer. Ed è proprio in questo articolato contesto e, in particolare, nelle zone di contatto della grafica con l'arte, la musica o la moda, che si aggirano alcuni progetti grafici, frutto della sperimentazione favorita e potenziata dall'impiego della strumentazione elettronica e digitale.

Il capitolo da una parte tratta quali sono i contesti di confine in cui si diffonde la cultura digitale, e dall'altra analizza specificatamente alcune rassegne e riviste non di settore che ospitano i lavori digitali più significativi dei progettisti grafici italiani al fine di restituire una visione più ampia di quanto accade nello scenario del graphic design italiano negli anni Ottanta e Novanta.

Prima della diffusione della cultura digitale negli ambiti artistici, si assiste ad altri influenti fenomeni anticipatori della rottura con gli aspetti culturali del passato sia nell'ambito della musica sia della moda. Si fa riferimento *in primis* all'avvento della New Wave, movimento che rivoluziona la musica con l'introduzione della strumentazione elettronica nella sua produzione promuove un linguaggio espressivo riconoscibile anche nel graphic design. In secondo luogo si affermano sempre più le subculture in

spazi lontani da quelli istituzionali, che attraverso una serie di iniziative significative contribuiscono a cambiare lo scenario culturale soprattutto in alcuni centri urbani collocati prevalentemente nell'area centro-settentrionale italiana.

In questo dinamico clima culturale si sviluppa lo scenario artistico italiano degli anni Ottanta attraverso l'ideazione di una moltitudine di festival e rassegne che si occupano di arte elettronica, dove rientra per diverse ragioni il nuovo ambito progettuale della videografica. Quest'ultima, in particolare, diventa una delle tematiche affrontate in alcune rassegne promosse ~~sia~~ dal Centro di Video Arte di Ferrara (1982-199) e dal Festival Arte Elettronica di Camerino (1983-1990), le cui vicende forniscono un interessante e inedito punto di vista sulla grafica di quegli anni.

Fra le riviste invece luoghi di osservazione privilegiati sulla propagazione della computer grafica sono *Video Magazine* e *Rockstar*[1]. Benché entrambe estranee al mondo del graphic design, la prima ospita alcune riflessioni interessanti sulle ripercussioni della diffusione della strumentazione digitale nel settore del video, riportando l'esperienza di Mario Convertino e dei Giovanotti Mondani Meccanici. La seconda, dedicata invece alla scena musicale italiana, riporta la trasformazione in atto soprattutto dal punto di vista della fotografia.

Gli eventi organizzati negli ambiti di tangenza tra le diverse discipline, dove si discutono le tematiche relative al digitale e si approfondiscono certi settori del graphic design, non sono limitati solo agli anni Ottanta, ma hanno un seguito anche nel decennio successivo. In particolare un significativo contributo arriva dalla fiera riminese *NightWave* (1996-1998), manifestazione dedicata soprattutto alle tendenze della *club culture*, che ospita una serie di convegni e mostre curati dal critico Carlo Branzaglia e patrocinati dall'Aiap e approfondisce lo scenario della grafica italiana di quegli anni, dando spazio soprattutto ai progettisti più giovani.

4.1 La diffusione della cultura elettronica e digitale nella scena musicale e artistica italiana degli anni Ottanta e Novanta

Negli anni Ottanta la diffusione del personal computer e della strumentazione digitale non avviene soltanto nell'ambito del graphic design anzi in Italia, come in molte altre parti del mondo, i primi contatti con il digitale si verificano specificatamente in altri ambienti oltre a quelli pertinenti all'informatica, ovvero nei settori delle arti performative, della musica, del cinema e della televisione.

Una convalida di questo fenomeno è fornita dalla storica dell'arte contemporanea Silvia Bordini[2], nel recente volume *All'alba dell'arte digitale*, la quale afferma, con riferimento a questo periodo, che "la diffusione dei sistemi operativi dotati di interfaccia grafica strutturata per icone e finestre rende sempre più vaste e agevoli le interconnessioni con la televisione, la musica, il cinema, il teatro"[3], grazie alla capacità del computer di elaborare facilmente immagini, suoni ed effetti sia riguardo ai procedimenti di tipo analogico, "traducendo in modalità numerica dati assunti dalla realtà tramite scanner, telecamere e macchine fotografiche"[4], sia con il sistema digitale che produce direttamente forme e suoni dai dispositivi di calcolo della macchina stessa.

Grazie alla facilità della tecnologia digitale nel ~~a~~ creare interconnessioni tra i diversi ambiti disciplinari si assiste pertanto al moltiplicarsi di mostre, rassegne e convegni e alla nascita di collettivi e laboratori di ricerca che, come testimonia l'esperta di cultura digitale Maria Grazia Mattei[5], connotano il panorama culturale artistico italiano dei primi anni Ottanta. E nei festival e nelle iniziative di arte e musica più significative vengono presentate le esperienze pionieristiche di alcuni graphic designer che, proprio a partire dai primissimi anni Ottanta, cominciano ad utilizzare il computer per la realizzazione di progetti multimediali, intesi come il risultato di sintesi dei diversi linguaggi e tecniche mediali.

In fondo la figura del progettista grafico, afferma Carlo Branzaglia, si configura da sempre come "un elemento di scambi di direttrici culturali, [come] colui che concretizza flussi di comunicazione latenti. Magari provenienti da miasmi subculturali"[6]. Infatti è normale per il graphic designer "possedere non solo una cultura variegata, ma soprattutto la capacità di cogliere stimoli da fonti diverse e da linguaggi diversi, per interpretarne poi le potenzialità comunicative"[7].

Prima di affrontare la propagazione del digitale in Italia attraverso la trattazione di tali eventi, è dunque doveroso tracciare una breve mappatura del contesto culturale indagando i principali fenomeni, o appunto i "miasmi subculturali" che hanno preparato il terreno all'avvento del digitale e hanno influenzato significativamente i linguaggi espressivi di alcuni graphic designer italiani.

Innanzitutto va considerata la scena musicale underground che ha un ruolo fondamentale nella diffusione di alcune ricerche estetiche e visive. Nonostante la musica italiana sia legata alla tradizione cantautoriale e compositiva, molti e frequenti sono i fenomeni di carattere imitativo rispetto ai modelli musicali provenienti dall'estero. Nello specifico, anche in Italia si assiste all'arrivo della New Wave inglese, che influenzerà in modo circoscritto lo scenario nazionale, dando vita ad alcune esperienze originali. Sicuramente, come afferma Livia Satriano, esperta di musica e cultura visuale, "parlare di una 'new wave all'italiana' può essere senz'altro un azzardo"[8], perché da una parte sono diverse, *in primis*, le premesse socio-culturali di partenza, dall'altra è evidentemente differente il background musicale dei due Paesi, tanto che sempre Satriano sostiene che "sarebbe più corretto parlare nel caso italiano più di una 'new wave anarchica' che di una vera e propria new wave"[9].

Come è accaduto nel panorama musicale d'oltremanica, tuttavia anche in Italia il genere New Wave spesso nasce dall'evoluzione e dalla maturazione di alcuni gruppi di musica punk che, avvalendosi di synth e di altra strumentazione simile – testimonia il progettista grafico Francesco Messina[10] –, prendono una direzione più marcatamente

1 Non è stato possibile effettuare lo spoglio completo di questo periodico a causa dello scoppio della pandemia che ha condizionato la consultazione negli archivi della Biennale di Venezia e della Casa della musica. Archivio storico del Teatro Regio di Parma in cui è conservata gran parte della collezione.

2 Silvia Bordini (Roma, 1942) è una docente e una storica dell'arte contemporanea. La sua ricerca si concentra soprattutto su il rapporto tra arte e tecnologia, indagano nello specifico il fenomeno dell'arte elettronica italiana.

3 Cfr. Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba dell'arte digitale. Il Festival arte elettronica di Camerino*, Sesto San Giovanni: Mimesis, 2018, p. 19.

4 Ibidem.

5 Intervista dell'autrice via Skype a Maria Grazia Mattei, 16.04.2020, pp. 500-503.

6 Cfr. Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative*, Roma: Castelvecchi, 2004, p. 130.

7 Ivi, p. 29.

8 Cfr. Satriano, L., *No wave. Contorsionismi e sperimentazioni dal CBGB al Tenax*, Falconara Marittima: Crac Edizioni, 2012, p. 154.

9 Ibidem.

10 Intervista dell'autrice a Francesco Messina, 06.04.2019, Tricesimo, pp. 508-515.

elettronica dando vita a un nuovo genere musicale più ricercato e somigliante allo scenario internazionale. In più parti della Penisola si assiste alla formazione di diverse band, molte delle quali concentrate tra l'area urbana di Milano, l'Emilia Romagna, la città di Firenze e il Nord-Est, questo però non significa che altrove non ci sia fermento, ma all'atto pratico il grosso problema nella maggior parte dei casi è la mancanza di strutture organizzative e di club dove suonare, fattore deterrente per l'affermazione di certe scene musicali locali in certi luoghi piuttosto che in altri[11].

Parallelamente alla formazione delle band nascono anche diversi locali notturni che spesso sono il punto di incontro tra la sperimentazione musicale e quella grafico-visiva di alcuni dei protagonisti dello scenario della grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta. I progettisti ricoprono in queste situazioni diversi ruoli, a volte sono coinvolti in qualità di art director della comunicazione del club, altre come musicisti e altre ancora come fondatori di tali spazi, ne sono un esempio Tommaso Giovanni Garattoni con l'Aleph a Gabicce Mare (PU) e Alessandro Jumbo Manfredini con il Graffio a Modena[12].

Restando sempre nel panorama musicale italiano e analizzandolo macroscopicamente, gli anni Ottanta si connotano anche come il momento in cui sui canali televisivi della rete pubblica viene mandato in onda nel 1981 per la prima volta il programma *Mister Fantasy*, condotto da Carlo Massarini, che dal punto di vista dei contenuti coniuga musica e videoclip, prestando attenzione da una parte al target giovanile e dall'altra alla scena musicale internazionale. Invece da quello visivo e progettuale mette assieme una serie di competenze specifiche in modo del tutto inedito. Ulteriore aspetto, non secondario di quegli anni, è la presenza di Franco Battiato al vertice delle classifiche musicali per diverso tempo con il suo background che attinge alla musica contemporanea internazionale e alle citazioni del filosofo Adorno, dando vita a un genere nuovo e ricercato.

4.1.1 Le città di Bologna e Firenze come principali centri di propagazione del movimento New Wave

Ritornando ai luoghi maggiormente riconosciuti come centri nevralgici di scambi culturali e di frenetici tam-tam fra i giovani, in cui le nuove tendenze musicali e artistiche internazionali più facilmente attecchiscono e si diffondono, in questa ricostruzione rivestono un ruolo importante le città di Bologna e Firenze, dove emerge in maniera evidente tutto ciò che appartiene alla sottocultura[13].
Per una fortunata congiuntura politica e umana, nella realtà bolognese si affermano più velocemente che altrove la cultura d'avanguardia, la musica indipendente e tutte le nuove proposte artistiche. Negli anni Ottanta a Bologna infatti un gran numero di spazi

11 Sulla scena musicale italiana del genere New Wave si vedano: Compagnoni, A., *Italia '80. Il rock indipendente italiano negli anni Ottanta*, Pavia: Edizioni Apache, 2004; De Iulis, P., *Crollo nervoso – La New Wave italiana degli anni '80*, documentario, Spittle Records, 2008; Rubini, O., Tinti, A. (a cura di), *Non disperdetevi. 1977-1982 San Francisco, New York, Bologna. Le città libere del mondo*, Milano: Shake Edizioni, 2003.

12 La relazione fra progettisti grafici e ambito musicale sarà approfondito nei capitoli successivi. Si vedano: Branzaglia, C., *L'immagine della notte*, in "Linea grafica", 4, 1989, pp. 24-31; Branzaglia, C., *Icone della notte*, in "Linea grafica", 5, 1994, pp. 56-63; Branzaglia, C., Garattoni, G.T. (a cura di), *Rimini Underground. Le avanguardie grafiche anni '80*, Rimini: GuaraldiLAB, 2017.
Inoltre si vedano le interviste dell'autrice a: Carlo Branzaglia, Bologna 19.07.2019; Patrizia Di Gioia, via WhatsApp, 14.04.2021; Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia e 28.02.2020, Modena.

13 Si vedano: Acocella, A., Toschi, C. (a cura di), *Arte a Firenze 1970-2015. Una città in prospettiva*, Macerata: Quodilibet Studio, 2016; Satriano, L., *No wave. Contorsionismi e sperimentazioni dal CBGB al Tenax*, Falconara Marittima: Crac Edizioni, 2012; Tondelli, P. V., *Un weekend postmoderno. Cronache degli anni Ottanta*, Milano: Bompiani, 2014.

e di realtà differenti consentono esibizioni dal vivo e una significativa produzione di pubblicazioni culturali indipendenti e di fanzine, in cui affrontare senza alcuna censura gli argomenti di attualità più disparati, contribuendo alla diffusione della scena musicale locale e internazionale. Persino il musicista Steve Piccolo[14] – esponente della New Wave statunitense –, approdato a Bologna per la prima volta nel 1981 per il festival *Electra 1*[15] (17-20 settembre 1981), racconta di quanto la città gli fosse sembrata all'epoca "un posto molto vivo e poco convenzionale"[16].

Dal punto di vista della scena artistica, inoltre, qui orbitano una serie di personalità illuminate del mondo dell'arte che useranno lo scenario urbano come luogo di incontro e confronto per l'ideazione di esperienze significative. Tra le tante figure di spicco vanno ricordate soprattutto quelle meno istituzionali che introducono da un lato le avanguardie artistiche della New Wave, come Emanuele Angiuli e Renato De Maria, ideatori del progetto *Grabinsky*[17] nell'ambito della videoarte, e dall'altro la redazione della rivista *Frigidaire*[18], fulcro dell'editoria underground bolognese che funge da contenitore di idee e di suggestioni, capace di mescolare influenze musicali e di costume e di trasformare tutto ciò in un'espressione visiva contaminata dei più svariati linguaggi e stili di quegli anni.

Nel frattempo allo scenario artistico e musicale bolognese si affianca quello fiorentino. Tra i fattori che contribuiscono a un suo ruolo in questo contesto si riconoscono *in primis* la funzione di luogo di ritrovo e di aggregazione per artisti, scrittori e giornalisti, secondariamente la presenza di strutture e di locali 'alternativi' – come nella realtà bolognese – che da una parte favoriscono la propagazione di un certo tipo di musica, soprattutto dei generi *synthpop* e new wave, e dall'altra diventano i centri propulsori della stessa scena. In particolare i club di punta, dove si riunisce quella che Satriano e Barbara Cinelli definiscono corrispettivamente la "no future generation"[19] e la "generazione Westuff"[20], sono il Banana Moon, il Manila e il Tenax. Nello specifico a

14 Steve Piccolo (New Hampshire, 1954) è un musicista statunitense, che inizia la sua carriera come bassista jazz negli anni settanta fino alla fondazione del gruppo Loung Lizard, pilastro della scena New Wave newyorkese. Nella seconda metà degli anni Ottanta collabora con diversi musicisti italiani e nel decennio successivo decide di trasferirsi definitivamente a Milano.

15 Il festival *Electra 1 Festival per i fantasmi del futuro* è una rassegna artistica e musicale curata da Oderso Rubini e promossa dall'Assessorato cultura del Comune e dal Teatro comunale. L'intera manifestazione si tenne nella sede dell'ex Manifattura Tabacchi. Parallelamente ai concerti nelle sale del cinema Rialto Studio 1 si proiettano videoclip sempre inerenti alla musica New Wave, come *Targetvideo* e la *Brian Eno Video Installation*.

16 Cit. Satriano, L., *No wave*..., p. 168.

17 Il progetto Grabinsky è composto da due principali artefatti. Il primo, la fanzine musicale *Eletric Lux*, racconta le esperienze della New Wave statunitense con interviste ai musicisti e ai vari protagonisti della scena, il secondo, una serie di video è realizzata estrapolando immagini dalle trasmissioni televisive, rimontate e assemblate per dare vita a dei cortometraggi.

18 La rivista *Frigidaire* (1980-2008) nasce sulle ceneri dell'esperienza del periodico *Cannibale*, dalla cooperazione di Filippo Scozzari, Vincenzo Sparagna e Stefano Tamburini. Fin da subito la rivista si connota come una pubblicazione underground in cui si dà spazio non solo ai fumetti, ma anche al giornalismo d'assalto, rappresentando un progetto comunicativo complesso che affronta anche temi di arte, satira, musica, politica, letteratura e filosofia. Sulla storia della rivista si vedano: Scozzari, F., *Prima pagare poi ricordare. Da «Cannibale» a «Frigidaire». Storia di un manipolo di ragazzi geniali*, Roma: Coniglio Editore, 2004; Sparagna, V., *Frigidaire. L'incredibile storia e le sorprendenti avventure della più rivoluzionaria rivista d'arte del mondo*, Milano: Rizzoli, 2008.

19 Cfr. Satriano, L., *No wave*..., p. 182.

20 Cfr. Acocella, A., Toschi, C. (a cura di), *Arte a Firenze 1970-2015. Una città in prospettiva*, Macerata: Quodilibet Studio, 2016, p. 137.

quest'ultimo va il merito di aver dettato "un nuovo modo di vivere la notte", come afferma Bruno Casini – allora addetto stampa del locale e memoria storica della Firenze di quegli anni –, e la capacità di trasformare la discoteca in "teatro, palcoscenico, set fotografico, galleria d'arte"[21], in cui per la prima volta si agisce anche sull'aspetto gestionale, strutturando il club come "un'agenzia di pubblicità con il suo pool di creativi, gli addetti alla comunicazione, fotografi, scenografi, eccetera"[22].

Inoltre il Tenax si configura come scenario e luogo opportuno per la diffusione della cultura più all'avanguardia della città fiorentina non solo per la musica internazionale, ma soprattutto per la scena artistica e quella della moda. Infatti per quanto riguarda l'arte ospita di sovente le sperimentazioni di artisti emergenti, tra cui le videoinstallazioni dei Giovanotti Mondani Meccanici, autori spesso anche degli allestimenti del club.
Ad esempio, nel 1988 Andrea Zingoni, co-fondatore dei GMM, assieme a Giancarlo Torri progettano per il Tenax una parete transmediale composta da circa 20 o 25 monitor, installati su rotaie lungo i ballatoi e sul palco del locale, praticamente un'istallazione mobile e componibile in cui gli schermi ricevono un segnale da una batteria di videoregistratori, piazzati in consolle, attivando la proiezione dei filmati montati precedentemente in studio. Le proiezioni consistono in immagini reali di corpi e oggetti, ma anche di tutto ciò che capita a tiro nell'immaginazione dei GMM, assemblate e mescolate con segni geometrici astratti disegnati principalmente con il computer[23].

Dagli allestimenti del locale notturno le sperimentazioni multimediali dei GMM arrivano a conquistare persino l'ambiente della moda fiorentina strettamente connesso a quelli dell'intrattenimento e dell'arte, coinvolgendoli nella progettazione delle videoinstallazioni per alcune edizioni della rassegna Pitti Trend[24].

La continue incursioni dell'arte e della musica in altri ambiti come quello della moda, della grafica e dell'allestimento sono lo specchio della grande contaminazione culturale degli anni Ottanta, evidente proprio all'interno della kermesse fiorentina Pitti Trend e del locale Tenax, dove la collaborazione tra figure di spicco dei diversi ambiti ha contribuito all'arricchimento culturale della città. Inoltre, afferma Casini, si assiste alla propagazione della "cultura dell'apparire, tipica di quegli anni, vi erano set fotografici dappertutto ed era facile essere immortalato in locali o a eventi e poi ritrovare le tue foto su fanzine e riviste"[25].

A proposito di riviste, un valido esempio di sperimentazione e di contaminazione dei diversi ambiti è la rivista *Westuff*[26], che racconta il profondo legame tra la moda e la cultura visiva di quegli anni. Nell'editoriale del primo numero del 1984 sono dichiarati gli intenti e i proposti di questa pubblicazione, ossia la necessità di indagare la scena artistica italiana e internazionale proprio in quegli spazi di tangenza, in cui tutte le culture "si toccano, si confrontano, si mescolano per dare forma a sempre nuove immagini del vivere e del pensare"[27], prestando particolare attenzione alle grandi capitali, come Londra, Parigi e New York. Difatti nelle pagine del periodico si riuniscono artisti, scrittori, stilisti, allora giovani e poco noti, che in seguito si affermeranno nel settore dell'architettura, della moda, dell'arte e della musica. Questa pubblicazione tra l'altro diventa la rivista ufficiale della manifestazione Pitt Trend.

Un ulteriore aspetto significativo di questa rivista, utile soprattutto a comprendere meglio quali sono i protagonisti dello scenario della grafica italiana che maggiormente lavorano nella ricerca visiva al di fuori del graphic design, riguarda il progetto grafico che è affidato a un giovane Gianni Sinni e alla sua socia Franca Gori; il primo sarà una figura fondamentale per le prime sperimentazioni condotte nel settore del web design negli anni Novanta.
Dal punto di vista espressivo la rivista *Westuff* non è caratterizzata da una veste grafica in linea con il trend comune di quegli anni, ovvero non ha un aspetto punk o new wave, bensì propone un rigore formale, come spiega il suo progettista: "creare una rivista che si occupasse di arte, cultura, moda, design, teatro e danza ci portava a pensare a un'impaginazione rigorosa nel suo insieme, vicina ad esempi editoriali come il magazine inglese *The face*, e dunque a lavorare con il disegno tipografico e una griglia assolutamente rigorosa e pulita"[28].

Per concludere l'analisi delle due realtà più fervide italiane di quegli anni, alle circostanze esaminate finora come principali ragioni del fermento culturale dello scenario artistico e musicale delle città di Bologna e Firenze vanno aggiunte però altre motivazioni, tra le tante soprattutto la presenza diffusa di Feste dell'Unità, spesso molto coraggiose nelle scelte artistiche, e di circoli Arci – questi ultimi difatti sono spazi dedicati specificatamente alla cultura giovanile –, frutto delle scelte politiche della sinistra che amministrava i due capoluoghi in quel periodo.

4.1.2 Fare rete: i festival come canali di diffusione della contaminazione

Negli anni Ottanta, nascono sia a livello internazionale[29] sia nazionale i primi festival incentrati sull'arte e le nuove tecnologie. Tali realtà sono frequentate da molti artisti e teorici di tutto il mondo. Purtroppo, come riporta Tatiana Bazzichelli nel suo volume *Networking. La rete come arte*[30], solo in pochi eventi si registra una presenza attiva degli artisti e dei progettisti grafici italiani che in quegli anni sperimentano prima con la strumentazione elettronica e poi con il digitale nelle proprie pratiche.

In realtà, nei pochi festival organizzati in Italia negli anni Ottanta, si sono realizzate solo talune esperienze degne di nota, nell'ambito del graphic design che però evidenziano un'interessante contaminazione tra computer art, grafica digitale e computer animation, come nel caso della produzione delle prime sigle televisive con soggetti

21 Cfr. Satriano, L., *Bruno Casini. Firenze tra culture underground e weekend postmoderni*, in www.notteitaliana.eu/persone/bruno-casini-space-electronic/2/ [13.04.2021]

22 Ibidem.

23 Si veda: Zingales, C. *Forever young*, in "Blow up", 275, aprile 2021, pp. 118-125.

24 Il Pitt Trend è stato il primo salone degli anni Ottanta dedicato allo stilismo giovanile contemporaneo; si svolgeva due volte l'anno e coinvolgeva l'intera città di Firenze. Una passerella internazionale di giovani stilisti che arrivavano da tutto il mondo come Scott Crolla, che disegnava le camicie psichedeliche per David Bowie, o Romeo Gigli, Vivienne Westwood, Dries Van Noten e tutta la scuola italiana, Samuele Mazza, Bold, Franco Biagini, "Che fine ha fatto Baby Jane".

25 Cfr. Satriano, L., *Bruno Casini*..., in www.notteitaliana.eu/persone/bruno-casini-space-electronic/2/ [13.04.2021]

26 La rivista *Westuff* è fondata nel 1984 da Bruno Casini, Maria Luisa Frisa e Stefano Tonchi e progettata dal grafico Gianni Sinni di LCD Graphics.

27 Cfr. Acocella, A., Toschi, C. (a cura di), *Arte*..., p. 198.

28 Ivi, pp. 200-201.

29 Fra i Festival principali a livello internazionale si ricordino: *Siggraph Art Show* a Chicago negli Stati Uniti (1973-); *Ars Electronica Festival* a Linz in Austria (1979-); *Multimediale* a Karlsruhe in Germania (1989-); *VIPER International Festival for Film Video and New Media* a Basel in Svizzera (1981-); *Imagina* a Montecarlo nel Principato di Monaco (1982-); *DEAF Dutch Electronic Art Festival* a Rotterdam in Olanda (1993-); *Trasmediale Festival* a Berlino in Germania (1997-).

30 Bazzichelli, T., *Networking. La rete come arte*, Milano: Costa & Nolan, 2006, pp. 96-97.

grafici ad opera di Mario Convertino e Mario Sasso.

Infatti l'attenzione sia degli artisti sia dei graphic designer per la televisione e i suoi schermi riceve ulteriori e significativi impulsi con il diffondersi dell'accessibilità alla strumentazione digitale, sia nella pratica di ricerche e sperimentazioni sia a livello teorico; ne sono un esempio le affermazioni del 1983 del collettivo Crudelity Stoffe – Michele Böhm e Marco Tecce – che si spingono a ipotizzare la televisione come casa dell'arte digitale contemporanea nel loro manifesto *Appunti abolizionisti*, presentato in occasione del seminario della RAI *Computer grafica e progettazione visiva*[31]. Nella pratica in quegli anni i monitor, della televisione prima e del computer dopo, vengono adoperati da artisti e graphic designer in una duplice modalità: come dispositivo di produzione ma anche come visualizzatore delle opere.

Sono oltremodo significativi in questo panorama gli esiti della collaborazione fra artisti, grafici e operatori di settori diversi ossia le esperienze progettuali pionieristiche l'avvio della prassi del networking condotta dai primi esploratori delle potenzialità del computer. Negli anni Ottanta e Novanta fare networking significa svolgere una attività di cooperazione creativa orientata alla generazione di relazioni, capace anche di definire nuovi significati attraverso pratiche trasversali alle discipline, e nello specifico all'esperienza artistica.

Ritornando agli eventi che si occupano nello specifico della sperimentazione fra arte e nuove tecnologie, favorendo la propagazione del digitale sul territorio nazionale, va ribadito che soltanto alcuni sono degni di nota perché hanno costituito il punto di svolta per certe riflessioni oppure quello di contatto tra le diverse discipline. Vale la pena ricordare *in primis* il Festival Arte Elettronica di Camerino (1983-1990) – indagato più approfonditamente nel paragrafo successivo –, il progetto *Planetary Network*[32] presentato alla Biennale di Venezia del 1986, le rassegne organizzate da Palazzo Fortuny a Venezia grazie alla consulenza di Maria Grazia Mattei[33], il convegno *Immagine Elettronica*[34] a Bologna (1982) e le manifestazioni *U-Tape* (1982-1990) *e Videoset* (1985-1989) organizzate del Centro di Video Arte di Ferrara (CVA)[35].

In particolare, quest'ultimo si configura come una realtà significativa per diverse ragioni; sicuramente tra le tante c'è l'ideazione di ben due manifestazioni importanti nel campo artistico nazionale, appunto *U-Tape* e *Videoset*, che per la rilevanza assunta nel tempo avranno anche il sostegno dell'amministrazione pubblica ferrarese – ragione per cui il Centro riesce a proseguire le attività fino al 1994 –, dialogando inoltre in quegli anni con la scena internazionale. Il CVA è fondato nel 1973 durante la direzione delle

31 Il seminario è a cura di Alessandro Polistina. Sul manifesto dei Crudelity Stoffe si veda: M. Böhm, *Appunti abolizionisti (1983)*, in Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba...*, pp. 135-140.

32 Il progetto *Planetary Network* è curato da Roy Ascott, Don Foresta, Robert Adrian, Tom Sherman e dagli Maria Grazia Mattei e Tommaso Trini per la Biennale di Venezia del 1986. I contenuti di questo progetto sono già affrontati nel capitolo 3 nel paragrafo 3.3.1 *Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny come "bottega del computer"*, pp. 157-160.

33 Anche per gli eventi organizzati da Maria Grazia Matteri a Palazzo Fortuny a Venezia si veda il capitolo 3 nel paragrafo 3.3.1 *Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny come "bottega del computer"*, pp. 157-160.

34 Non è stato possibile ricostruire le vicende delle edizioni del convegno *Immagine Elettronica* di Bologna perché gli archivi predisposti alla conservazione del materiale non sono stati accessibili a causa della pandemia.

35 Sul Centro di Video Arte di Ferrara si vedano: Gallo, F., *Il video al museo: il Centro Video Arte di Palazzo dei Diamanti a Ferrara negli anni '70 e '80*, in "Ricerche di Storia dell'Arte", 88, 2006, pp. 47-62; Gallo, F., *New Media Art: soluzioni espositive italiane negli anni Ottanta*, in "Ricerche di s/confine. Oggetti e pratiche artistico-culturali", 4, 2018, pp. 147-162; Magri, L. (a cura di), *Centro Video Arte 1974-1994: Videoarte, performance, partecipazioni*, Ferrara: Gabriele Corbo, 1995; Parolo, L., *Videoarte in Italia anni Settanta. Produzioni, esposizioni, teorie*, in "Sciami | ricerche", 6, ottobre, 2019, pp. 53-73.

Gallerie Civiche d'Arte Moderna e Contemporanea da parte di Franco Farina per volontà di Lola Bonora, Carlo Ansaloni e Giovanni Grandi, rispettivamente direttrice e tecnici, quest'ultimi avviano l'attività dopo aver frequentato un corso sugli audiovisivi tenuto dal regista Roberto Faenza.

La prima manifestazione ad essere organizzata è *U-Tape* nel 1982 che nasce come "censimento del panorama video italiano e delle produzioni indipendenti, assumendo ben presto la forma di un concorso con opere premiate o segnalate da parte di una giuria in cui si coinvolgono anche critici stranieri"[36]. La rassegna è regolarmente affiancata da tavole rotonde, convegni, spettacoli di compagnie teatrali di ricerca, performance artistiche, concerti di musica sperimentale, proiezioni cinematografiche e così via, e si concentra solitamente in tre giorni all'inizio di dicembre. Nell'edizione del 1984 ospita anche una mostra di videosculture della "storica pattuglia di artisti cresciuti con il CVA"[37]. Inoltre la rassegna è importante perché, tra i tanti, coinvolge anche i GMM, collettivo che si configura come esperienza ibrida a cavallo tra l'ambito artistico e quello grafico.

Nel mentre, come conseguenza dell'ideazione della mostra del 1984, l'anno successivo l'iniziativa diventa autonoma dando vita alla seconda manifestazione del CVA, ossia *Videoset*, che diventerà un appuntamento annuale, alternandosi con la rassegna da cui si origina. Questa seconda manifestazione del CVA è una vera e propria mostra di videosculture e videoistallazioni, ospitata all'interno dei locali del Padiglione di Arte Contemporanea di Ferrara, accanto alla Sala Polivalente dell'edificio minore di Parco Massari in cui solitamente si svolge l'altra rassegna del CVA, *U-Tape*.

In quegli anni *Videoset* è rilevante non solo perché è un'esposizione che documenta lo scenario artistico italiano rapportato alle tecnologie, ma anche per essere stata il punto di incontro di professionalità provenienti da ambiti diversi, fra l'altro ospita Mario Convertino durante la quarta edizione (11 dicembre 1987-10 gennaio 1988). Il progettista grafico è spesso invitato alle rassegne artistiche dove le tematiche centrali sono pertinenti alle ricerche condotte nel settore video mediante l'ausilio delle nuove tecnologie – sarà ospitato, come si vedrà, anche al Festival di Camerino –. A *Videoset* Convertino si presenta con *End*, un lavoro costituito "da quattro strutture lignee all'interno delle quali sono collocati 14 monitors su cui passano diversi programmi video frutto della creatività del celebre grafico. Peculiare la composizione di televisori, i cui schermi sono parzialmente dipinti con vernice nera, in modo che la parte visibile componga le lettere della parola end, con allusione alla conclusione della narrazione cinematografica o delle trasmissioni televisive, appunto, ma anche a temi come la fine della storia e delle ideologie che caratterizzano il dibattito sul postmoderno. Sui monitor scorrono solo lettere dell'alfabeto, secondo un preciso andamento definito nel disegno progettuale"[38].

Nonostante sia diverse le iniziative presenti lungo il territorio nazionale, nessuna di queste può vantare un peso e una continuità pari a quelle internazionali, come l'Ars Electronica Festival di Linz; del resto, come sottolinea Maria Grazia Mattei[39], nessuna struttura pubblica italiana ha scelto all'epoca, o in seguito, di cavalcare l'onda e dare vita a un centro di ricerca sull'arte e le nuove tecnologie al pari dell'Ars Electronica Center. Così una delle conseguenze è la totale frammentazione delle esperienze nostrane di quegli anni e "la mancata conservazione della memoria storico-artistica delle prime

36 Cfr. Gallo, F., *New Media Art: soluzioni...*, p. 149.

37 Ibidem.

38 Ivi, p. 155-156.

39 Intervista dell'autrice via Skype a Maria Grazia Mattei, 16.04.2020, pp. 500-503.

esperienze di arte elettronica italiana”[40] e dei primi progetti grafici multidisciplinari.

Un’ulteriore conseguenza è che un numero ridotto di figure italiane gravitanti nel mondo dell’arte, della grafica e delle nuove tecnologie è presente in quegli anni nelle iniziative all’estero. A parte alcune sporadiche apparizioni – per esempio di Studio Azzurro, Correnti Magnetiche e GMM oppure, riporta la Bazzichelli[41], di Mario Canali, Mario Sasso e Nicola Sani, vincitori nelle prime quattro edizioni del celebre Prix Ars Electronica nella categoria computer animation –. In generale si registra un certo ‘vuoto’, che dimostra il ritardo o la mancata volontà delle politiche istituzionali italiane nella promozione della cultura e soprattutto dei nuovi media sia dentro sia fuori dall’Italia.

Lo scenario del decennio successivo resta pressoché identico, seppure le iniziative sul rapporto cultura artistica e tecnologia aumentano, esse rimangono sempre limitate e per un pubblico ristretto.

4.2 La rivista *Video Magazine*: un singolare luogo d’esplorazione dei confini tra computer grafica e computer art

Una rivista che negli anni Ottanta dà molto spazio all’indagine prima sulla strumentazione elettronica e poi su quella digitale e sulle manifestazioni legate alle ricerche sulle tecnologie soprattutto in campo artistico è *Video Magazine*[42], che ricopre un ruolo di primo piano occupandosi del video nelle sue differenti declinazioni, da quella più commerciale alla più sperimentale.

Pubblicata per la prima volta a settembre 1981 con una cadenza mensile, scrive la ricercatrice di storia dell’arte contemporanea Paola Lagonigro, “la rivista si presenta fin dal primo numero con una certa vocazione tecnica e uno sguardo rivolto a tutte le novità che offre il mercato: si parla dei più recenti prodotti della tecnologia elettronica, dei loro costi e delle loro caratteristiche tecniche, con articoli talvolta specialistici ma pur sempre rivolti a un pubblico medio di videoamatori; non mancano neppure le recensioni delle ultime uscite in videocassetta, né i consigli per l’acquisto e per l’uso di videocamere e computer”[43]. In questo ambito si trovano però degli articoli dedicati sia allo scenario artistico italiano della videoarte sia a quello nascente della computer grafica, utili a ricostruire da una parte il contesto in cui nasce una manifestazione così importante come il Festival Arte Elettronica di Camerino e dall’altra a tracciare le aree di confine dove i progettisti grafici incrociano coi loro progetti nuovi settori d’applicazione.

A partire dall’articolo del 1983 di Flavio Vida intitolato *Immagini sintetiche*[44], primo dedicato alla computer grafica, si evince la necessità di definire un fenomeno ancora inedito per lo scenario italiano. L’autore del contributo illustra, con toni entusiasti, una nuova e sorprendente modalità di realizzazione delle immagini servendosi dell’uso del computer e rinunciando agli strumenti grafici tradizionali. Ragione per cui afferma che “l’incontro tra il calcolatore e la televisione permette la nascita di un nuovo tipo di immagine. La computer graphics tratta le immagini preesistenti ma soprattutto ne crea di nuove: senza penna, senza telecamera, senza cinepresa. [...] Un discorso che coinvolge tecnologia, futurologia, economia e grafica”[45].

Difatti Vida ritiene che questa nuova modalità in un futuro immediato sarà in grado di essere impiegata in diversi settori da quelli prettamente scientifici a quelli più creativi, attraversandoli tutti trasversalmente e modificandoli profondamente. Nel suo articolo l’autore arriva a tracciare una storia della computer grafica, dentro la quale rientra il trattamento delle immagini analogiche e televisive tramite lo *Squeezoom*[46] – un macchinario molto costoso, in grado di modificare in diretta un’immagine televisiva, che applicato al *chromakey* consente, ad esempio, di girare un balletto usando un’unica ballerina, moltiplicata come in un gioco di specchi –, fino alla creazione di immagini *ex novo* r iportando come esempi le sigle televisive. Tra queste manca quella di Mario Convertino per il programma *Mister Fantasy*, esplicativa della sperimentazione nel trattamento delle immagini elettroniche e digitali, che però è oggetto di trattazione in un altro articolo dello stesso numero della rivista che sarà affrontato a breve.

Un ulteriore aspetto emergente nel testo di Vida è la sua attenzione allo scenario internazionale della computer grafica, che lo porta a soffermarsi su una problematica che segna diversi dibattiti di quegli anni: ossia l’Italia è un paese arretrato dal punto di vista tecnologico, e a detenere un ruolo predominate nella produzione delle immagini sintetiche, anche grazie alla collaborazione tra industria e università, ci sono gli Stati Uniti. A ben guardare tale questione, soprattutto nell’ambito televisivo, è già resa nota da Valerio Lazarov all’interno dell’articolo di Aldo Colonetti nella rivista *Linea Grafica*[47], in cui il regista evidenzia appunto l’arretratezza delle apparecchiature della televisione italiana rispetto a quella statunitense. A sottolineare sia l’interesse dell’autore verso gli scenari internazionali sia l’esigua produzione nazionale non è un caso che nessuna delle illustrazioni dell’articolo è riferita a lavori italiani.

Come anticipato, sempre nello stesso fascicolo del 1983 è presente anche un articolo interamente dedicato alla trasmissione *Mister Fantasy*, descritta dall’autrice Daniela Grancini come un’esperienza “di incredibile successo tra i videofili [...], che entra a far parte della storia della televisione [italiana]”[48]. In questo contributo il programma di intrattenimento culturale viene soprattutto trattato dal punto di vista sociologico come un contenitore capace di cambiare il modo di intendere i programmi televisivi anche grazie alla combinazione di diversi fattori concomitanti, tra i tanti si identificano la freschezza dei contenuti e l’alto grado di sperimentazione visiva. Lo stesso conduttore Carlo Massarini lo definisce come “un progetto complesso in cui si sono fusi moda, design, cinema, giornalismo, cultura contemporanea da una parte e dall’altra la novità dell’uso dei materiali, degli spazi, dei monitor, intesi come oggetti di uso, probabile in una immaginaria galassia televisiva”[49]. In effetti l’apporto elettronico e digitale nel programma è descritto come massiccio e importante nel testo della Grancini, dove si cerca di spiegare brevemente quali sono gli espedienti tecnici impiegati, dall’utilizzo del *chromakey* alla grafica digitale della mosca che disturba Massarini nella sigla stessa, senza entrare troppo nel merito

40 Cfr. Bazzichelli, T., *Networking*..., p. 102.

41 Intervista dell’autrice via Skype ad Antonio Glessi, 04.03.2020, pp. 458-467.

42 *Video Magazine. La prima rivista home-video* (1981-1992) è stata una rivista dedicata alla settore video e diretta da Flavio Pesoli, con particolare attenzione a tutte le innovazioni tecnologiche dedicate all’home-video degli anni Ottanta e Novanta.

43 Cfr. Lagonigro, P., *Il Festival Arte Elettronica di Camerino sulle pagine di “Video magazine”*, in Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All’alba*..., p. 39.

44 Vida, F., *Immagini Statiche*, in “Video Magazine”, 21, 1983, pp. 36-40.

45 Ivi, p. 36

46 Lo Squeezoom, commercializzato dall’azienda statunitense Vital nel 1978, è impiegato soprattutto tra la fine degli anni Settanta e l’inizio degli anni Ottanta.

47 Sulle affermazioni di Valerio Larazov si veda il paragrafo 2.3.2.1 *Progetti per la ‘pagina schermo’* di questa ricerca, p. 101.

48 Cfr. Grancini, D., *Goodbye Mr Fantasy*, in “Video Magazine”, 21, 1983, p. 41.

49 Ivi, p. 42.

ed evitando soprattutto l'uso di un linguaggio troppo tecnico e poco comprensibile dai lettori.

Bisogna aspettare circa un anno dalle riflessioni di Vida per vedere comparire nelle pagine di *Video Magazine* un approfondimento sul panorama italiano; in particolare questa volta viene trattata la computer art, settore artistico ancora percepito come qualcosa di nuovo tutto da definire. Per appianare la diffidenza di molti lettori e professionisti verso la strumentazione digitale, l'autore dell'articolo, Paolino Accolla, sottolinea che "per usare un computer, l'uomo non ha alcun bisogno di essere ingegnere elettronico. Invece della matita e del pennello può usare una matita elettronica, invece del foglio una tavoletta grafica"[50], frase che contiene una problematica relativa non solo al mondo dell'arte, ma anche a quello del graphic design, in cui ci si interroga sull'atteggiamento del progettista nei confronti del computer e su quale debba essere il ruolo di quest'ultimo nella prassi progettuale.

A sostegno dell'idea della nuova strumentazione digitale come protesi o semplice strumento applicativo tanto nell'arte quanto nella grafica si trova nella stessa rivista l'anno successivo un'interessante testimonianza dell'esperienza della cooperativa bolognese Magic Bus, che in occasione della manifestazione *L'immagine Elettronica*, alla Galleria d'Arte Moderna di Bologna nel febbraio 1985, organizza un laboratorio di 'videopittura'. L'intento è quello di dimostrare da una parte che i nuovi strumenti digitali sono alla portata di un'utenza più ampia, non solo di ingegneri e di pochi addetti ai lavori, e dall'altra che la tavoletta grafica così come il computer sono "una protesi elettronica che filtra, ingigantisce, divide, amplia"[51] il segno visivo o grafico, ma non lo genera automaticamente senza la guida dell'essere umano. Tale esperienza è ampiamente documentata nell'articolo di Franco Jannelli, dove l'autore riporta le opinioni di Nino Jorfino, componente della Magic Bus e organizzatore dei laboratori, che sottolinea come l'uso della tavoletta grafica, in questo caso, reintroduce l'idea della manualità e della fisicità, slegandola dal preconcetto di essere il mero risultato di istruzioni matematiche.

Nello stesso anno la rivista ospita un articolo di Vida incentrato maggiormente sugli aspetti ingegneristici della strumentazione ideata e utilizzata dal Centro di Ricerche Rai di Torino, dove prendono vita le grafiche di Convertino che disegna in tempo reale segni grafici mentre il conduttore del programma *Mister Fantasy*, Carlo Massarini, sta parlando. Vida si rapporta soprattutto con l'ingegnere Salvadorini, a capo dei sistemi elettronici e digitali impiegati nella trasmissione del palinsesto televisivo della Rai, che spiega l'uso del calcolatore grafico digitale, il *Tesak*, il computer usato per la prima volta proprio per la realizzazione della sigla progettata da Convertino[52].
Attraverso la testimonianza dell'ingegnere Salvadorini l'autore dell'articolo ci tiene a precisare la paternità del dispositivo, completamente progettato e costruito nella sede torinese, e poi ingegnerizzato a Firenze, come esempio dell'eccellenza ingegneristica italiana.

Ancora la tematica della corrispondenza immediata tra l'input dato al computer e la sua visualizzazione viene ripresa e approfondita nell'articolo *Videotizer* di ottobre 1986, attraverso un lungo dossier in cui i diversi contributi sono incentrati attorno al dibattito sull'artista/grafico programmatore o utente, come scrive la Lagonigro, "una distinzione da cui sembra discendere un'altra più sottile, quello tra professionista e dilettante"[53]. Difatti

50 Cfr. Accolla, P., *Computer art*, in "Video Magazine", 32, 1984, p. 56.

51 Cfr. Jannelli, F., *Graffiti elettronici*, in "Video Magazine", 45-46, 1985, p. 46.

52 Vida, F., *Ricercherò. Ricerche Rai*, in "Video Magazine", 48, 1985, pp. 58-63.

53 Cfr. Lagonigro, P., *Il Festival*..., p. 42.

come si legge nella presentazione del dossier "disegnare sull'immagine video è oramai un gioco per tutti [...] Forse il successo di questa 'macchina desiderante', che è la computer graphics, risiede nel fatto che mentre un 'word processor' difficilmente trasforma in giornalista uno scribacchino, un 'picture processor' può trasformare in artista un imbrattatele"[54].

Negli articoli successivi del medesimo anno sono menzionati da un lato in breve il lavoro *Marionetti trombettiere* dei GMM[55] – in mostra al festival di Camerino nel 1985 – in cui viene evidenziata la volontà del collettivo fiorentino di basare l'estetica dei propri lavori sulle limitazioni imposte dall'uso di un personal computer dalle capacità limitate, ovvero la tipica estetica bitmap, e dall'altro la realtà produttiva italiana della SBP-CGE (Computer Graphics Europe)[56] di Roma, un centro di produzione che può vantare la tecnologia più avanzata in Italia per il trattamento delle immagini elettroniche, attraverso l'intervista a Antonio Balsamo e Gianni Blumthaler, rispettivamente fondatore e art director della società.

Un ulteriore contributo sul panorama delle elaborazioni al computer delle sigle, degli spot e delle grafiche messe in onda dalla Rai reca la prestigiosa firma del critico d'arte Vittorio Fagone, che dal 1984 al 1987 scrive in modo continuativo sulla rivista e cura la rubrica di *Arte*, fornendo un punto di vista puntuale sullo scenario artistico di quegli anni permeato dall'avvento dell'apparecchiatura tecnologica. Il contributo di Fagone fa il punto sul ruolo dell'emittente televisiva nazionale nella diffusione della sperimentazione artistica e grafica attraverso i propri canali, evidenziando la situazione di immobilità della Rai "intrappolata da un'opposizione tra creativi puri, gli artisti, e creativi applicati, ossia pubblicitari e grafici"[57]. Ciò che è sempre più evidente col passare del tempo è che la televisione italiana, nella fattispecie quella pubblica, non dedica degli spazi appositi alla sperimentazione video, come invece accade già altrove, per esempio Channel Four per la Gran Bretagna e Canal Plus per la Francia.

Il confronto con l'estero emerge soprattutto nella tavola rotonda organizzata dal direttore della rivista Felice Pesoli, riportata nel fascicolo 59-60 del 1987, dove e durante la quale viene osservata la mancanza della sperimentazione non solo sul piano della programmazione televisiva, ma investe anche quello delle politiche istituzionali che non sostengono affatto la ricerca. Il dibattito, condotto da Pesoli e intrapreso con gli invitati Elia Andalò della casa di distribuzione Softvideo, Romano Frassa e Paolo Giaccio della Rai e Fagone, mette in evidenzia essenzialmente due punti: l'individuazione di *Mister Fantasy* come uno delle poche trasmissioni che mostrano un uso alternativo del mezzo elettronico/digitale; la presenza di progetti visivi più sperimentali e più rilevanti dal punto di vista tecnologico solamente nelle pubblicità e nelle sigle[58].

In particolare quest'ultimo punto fa emergere un divario tra produzioni commerciali e private, già denunciato da Pesoli in un numero precedente della rivista, divario dovuto ai costi onerosi delle apparecchiature per l'elaborazione digitale delle immagini

54 Cfr. *Videotizer*, in "Video Magazine", n. 60, 1986, p. 61.

55 Si tratta di uno degli undici episodi di *Le avventure di Marionetti*, commissionati dalla Rai per la trasmissione *Non necessariamente* (1986-1987). Si veda: Scaioni, M., *Home computer graphics*, in "Video Magazine", 60, pp. 62-64.

56 La SBP-CGE è stata un'azienda romana considerata l'apripista del mercato del service televisivo italiano. Si veda: Cannizzaro, P., *Il pulsante leggero*, in "Video Magazine", 49, pp. 78-83.

57 Cfr. Lagonigro, P., *Il Festival*..., p. 44.

58 Pesoli, F., *Turbolenza video. Quiete televisiva*, in "Video Magazine", 69-70, 1987, pp. 56-61.

che stanno diventando appannaggio delle produzioni commerciali[59].

Infine, Pesoli prova a prevedere quale sarà lo scenario futuro, restituendo una previsione amara dove "il rischio per il futuro è evidente: una produzione pubblicitaria sempre più raffinata e una produzione d'autore, al confronto, sempre più povera"[60].

Nei fascicoli degli anni successivi della rivista *Video Magazine* la computer art non sarà più affrontata, tuttavia la computer grafica resta una delle tematiche ancora presenti nel periodico almeno fino alla fine degli anni Ottanta, soprattutto per testimoniare le manifestazioni storiche internazionali come *Siggraph* negli Stati Uniti e *Imagina* a Montecarlo, in quest'ultimo caso ancora una volta si vede la Francia ai primi posti in Europa come nazione attenta alle questioni sulle immagini sintetiche.

Nel decennio successivo con l'evolversi delle tecnologie e il rapido cambiamento dello scenario culturale, la rivista cambia e tutto ciò che aveva destato interesse negli anni Ottanta con l'avvento del computer nell'ambito del video oramai ha perso i connotati della sperimentazione e dell'innovazione.

Prima di proseguire con l'approfondimento delle due principali rassegne artistiche e musicali, dove sono ospitati i progettisti italiani che in quegli anni adoperano maggiormente il digitale nei loro lavori, e restando brevemente nell'ambito delle riviste esterne al settore della graphic design, un ulteriore e conciso contributo sulla diffusione della computer grafica si trova sulla rivista *Rockstar*[61], utile a ricostruire il contesto italiano generale del periodo indagato.

Nel 1984 il periodico pubblica l'articolo di Nicola Sisto, intitolato *Computergrafica*, utilizzando per la titolazione un carattere dai contorni pixelati tipici dell'estetica bitmap dell'ambiente a cui si fa riferimento. Il contributo di Sisto indaga sul fenomeno, a suo avviso dilagante, delle immagini sintetiche e della loro elaborazione computerizzata intervistando Peppe D'Arvia – fotografo romano famoso nell'ambiente dei festival musicali e della pubblicità – che ha deciso di "non perdere il treno"[62] e di studiare da circa due anni su un computer dell'azienda SBP "le possibilità di connubio probabile, destinato, forse, a diventare indispensabile"[63] delle immagini analogiche elaborate digitalmente.

Dall'intervista di D'Arvia emergono diversi spunti interessanti per descrivere lo scenario della comunità dei fotografi di quegli anni, *in primis* si denota anche in questo ambiente un atteggiamento controverso rispetto all'avvento del computer. Come già si è evinto in altri settori D'Arvia riconosce da una parte un comportamento entusiasta nei suoi colleghi, che però si scontra con la realtà dei fatti dove soltanto in pochi casi – come quello di Guido Vanzetti[64], il primo a munirsi di un attrezzatura autonoma per l'elaborazione dell'immagine – i professionisti si sono attrezzati con le nuove strumentazioni. Secondariamente, D'Arvia inizia a delineare la necessità di adeguarsi alle nuove strumentazioni per rendere la fotografia concorrenziale con la cultura visiva imperante degli anni Ottanta che appare monopolizzata dai video.

Nell'articolo di Sisto vengono anche spiegate in modo facilmente comprensibile da qualsiasi lettore quali sono le principali modalità di elaborazione di un immagine, individuando alcuni passaggi fondamentali come l'acquisizione dell'immagine stessa mediante o uno scanner o una tavoletta magnetica oppure la fase principale di elaborazione che avviene direttamente nel computer. A sua volta quest'ultima fase più complessa può produrre due tipologie di elaborato, la prima che parte da una fotografia o da una grafica preesistente modificata successivamente al computer, la seconda che è un'immagine digitale interamente realizzata e processata dai software, quella indicata da D'Arvia come "immagini sintetiche"[65].

L'articolo si conclude con una riflessione già condotta nella rivista *Video Magazine*, ovvero la necessità di specificare che il computer non sostituisce la conoscenza e la creatività del professionista, ma in quanto strumento la potenzia e soprattutto facilita i processi di produzione, quindi D'Arvia si auspica che i fotografi si prodighino ad acquisire dimestichezza con le nuove tecnologie per crescere professionalmente.

4.3 Il progetto grafico e il computer nei luoghi di contaminazione delle arti performative e della musica

Come è stato visto fin qui l'avvento del computer e della strumentazione digitale pervade negli anni Ottanta diversi ambiti attigui al graphic design, dall'arte alla musica, dal video alla fotografia e alla moda, modificandoli non solo nelle prassi ideative e progettuali, ma soprattutto nella singola identità di ogni settore. L'aspetto interessante che si riscontra maggiormente in quel periodo è appunto la contaminazione da una parte dei linguaggi impiegati e dall'altra dei confini che spesso si fanno labili fino a diventare terreno fertile di inedite sperimentazioni, dove si intrecciano professionalità e saperi dei diversi ambienti, fino all'inclusione di figure e pratiche fino ad allora appartenenti a un singolo e determinato ambito.

Tale fluidità in alcuni casi non permette di 'etichettare' le figure di spicco in una determinata professionalità. Per esempio i GMM, secondo molti critici e storici, rientrerebbero nella categoria degli artisti, ma a ben guardare nella loro produzione incarnano più di una professionalità e utilizzano linguaggi tutti appartenenti a diversi media e realtà culturali.

Di sicuro un elemento in comune a tutti i settori della cultura visiva è l'immagine, principale forma visiva modificata dal computer. Le immagini sintetiche – così sono definite spesso quelle digitali nei dibattiti degli anni Ottanta –, possiedono infatti "la caratteristica fondamentale di poter essere trasformate attraverso operazioni virtualmente infinite, modificando in tal modo l'identità stessa dell'opera [o del progetto], dell'artista [o del progettista], del pubblico"[66].

59 Questa problematica è già riscontrata qualche mese prima nell'articolo di Aldo Colonetti, *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*, nella rivista *Linea Grafica* in cui Valerio Eletti – un giornalista e grafico illustratore –, dichiara che "solo Canale 5 ha una sala di postproduzione in cui si lavora, in due turni, 14 ore al giorno; le altre televisioni private e la Rai si affidano per la maggior parte della loro produzione, a studi grafici esterni" come a voler sottolineare la disponibilità sia economica sia strumentale del gruppo Fininvest. Si veda: Colonetti, A., *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*, in "Linea grafica", 2, 1986, pp. 26-27.

60 Cfr. Pesoli, F., *Un certo effetto*, in "Video Magazine", 61, 1986, p. 71.

61 *Rockstar. Rivista di rock mainstream* (1985-2010) è una stata una rivista musicale ideata a Roma nel 1980 e pubblicata da Actual Media. Alle tante firme autorevoli nel settore della musica nel 1985 si aggiungeva quella di Pier Vittorio Tondelli che teneva una rubrica fissa chiamata *Culture club*.

62 Cfr. Sisto, N., *Computergrafica*, in "Rockstar", 51, dicembre, 1984, p. 30.

63 Ibidem.

64 Guido Vanzetti (Milano, 1938-Trevignano Romano, 1994) è stato una figura poliedrica di artista-grafico che già a partire dal 1962 aveva iniziato a elaborare le immagini con strumentazioni sofisticate come la Colorkey dell'azienda Ferrania 3M.

65 Cfr. Sisto, N., *Computergrafica*..., p. 31.

66 Cfr. Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba*..., p. 11.

Inoltre, come è stato già trattato nei paragrafi precedenti di questo capitolo, la faccenda della contaminazione è evidente nello specifico sia negli articoli delle riviste al di fuori della grafica sia nelle programmazioni dei festival o delle rassegne culturali di vario genere che ospitano spesso i progettisti grafici operativi negli inediti ambiti di progetto, formatisi proprio con l'avvento del computer.

Tra gli eventi meritevoli di un approfondimento, perché utili da una parte a tracciare il contesto culturale generale e i fattori di maggior diffusione del digitale, e dall'altra a ricostruire le vicende della grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta, ci sono il Festival Arte Elettronica di Camerino e la rassegna riminese *NightWave*.

4.3.1 I GMM, Mario Sasso e *Mister Fantasy* al Festival Arte Elettronica di Camerino (1985-1986)

Dal 1983 al 1990 il Festival di Arte Elettronica di Camerino rappresenta un importante punto di riferimento dell'interazione fra arte e nuove tecnologie in un periodo storico in cui la rivoluzione digitale si sta diffondendo e la disciplina artistica si trova a dialogare sempre più col fumetto, con la grafica, con l'illustrazione e con la musica nei loro vari aspetti. L'iniziativa nasce dalla collaborazione tra il Comune e l'Università di Camerino, diventando rapidamente sia il polo di attrazione internazionale per le ricerche sulle tecnologie, condotte non soltanto nell'ambito artistico, sia il punto di incroci relazionali tra le diverse figure attive della cultura visiva dagli artisti ai critici, dai progettisti grafici ai filosofi, dai tecnici video ai musicisti. Fin da subito il programma del festival appare variegato ospitando mostre, convegni e rassegne con l'intento di comprendere "una molteplicità di settori e di linguaggi sul filo conduttore dell'espansione culturale e sociale dell'informatica e degli interrogativi che di conseguenza si pongono [nello specifico] all'arte"[67].

Volendo tracciare un breve excursus di questa manifestazione, si ricorda che la rassegna camerinese si apre sotto la direzione del produttore cinematografico Alfredo Bini che nel comunicato stampa specifica gli intenti e le tematiche da affrontare, sintetizzandoli nelle tre parole chiave arte, scienza e applicazione, le quali resteranno una costante nelle diverse edizioni seppure con diverse interpretazioni.

A partire dalla prima edizione del 1983 l'iniziativa suscita immediatamente un grande interesse da parte del pubblico e della stampa che segue le conferenze inserite nell'inaugurazione, ne sono un esempio gli articoli dedicati alle varie edizioni della manifestazione dalle più importanti testate giornalistiche quotidiane italiane, tra cui *La Repubblica* e *L'Unità*[68].

All'interno della rassegna uno dei primi dibattiti che si delinea immediatamente e si sviluppa anche negli anni successivi è "l'appartenenza dell'immagine numerica al mondo dell'arte"[69], argomento delicato dal quale c'è chi prende le distanze e chi, come il filosofo

67 Ivi, p. 15.

68 Sugli articoli dei quotidiani italiani dedicati al Festival di Arte Elettronica di Camerino si vedano: Crespi, A., Crespi, A., *Storie di computer*, in "L'Unità", giovedì 05 dicembre 1985, p. 10; De Candia, M., *L'arte elettronica in scena a Camerino*, in "La Repubblica", 20 ottobre 1987; Evola, D., *A Camerino l'arte vista dal computer*, in "L'Unità", martedì 28 ottobre 1986, p. 12; Evola, D., *Informazione televisiva, videoarte, restauri l'elettronica a Camerino*, in "L'Unità", giovedì 15 settembre 1988, p. 18; Evola, D., *Da Camerino il video parte per l'Europa*, in "L'Unità", mercoledì 05 ottobre 1988, p. 25; Fusco, M. P., *L'arte elettronica. Intanto è cominciata una nuova Babilonia*, in "La Repubblica", 06 dicembre, 1985; Fusco, M. P., *Se la tv parlasse 'elettronico'*, in "La Repubblica", 05 novembre 1986; Malagnini, F., *Sogni leggerissimi*, in "L'Unità", mercoledì 05 novembre 1986, p. 12; Malagnini, F., *Alla velocità del video*, in "L'Unità", domenica 08 novembre 1987, p. 24.

69 Cfr. Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba*..., p. 15.

Silvio Ceccato, "sostiene l'importanza di un rapporto diretto con il computer in quanto strumento che apre a nuove possibilità creative"[70].

Per quanto riguarda l'ambito del graphic design viene introdotto per la prima volta nell'edizione del 1985 con l'ampliamento delle tematiche della rassegna verso i media televisivi e la comunicazione, in particolare sono presi in considerazione i progetti delle sigle tv, quindi si offre un maggiore spazio all'ambito della videografica. La volontà di aprirsi a tale settore nasce dall'iniziativa dei nuovi curatori Rinaldo Funari e Gianni Blumthaler – quest'ultimo lavora in un service che offre supporto tecnico alle produzioni televisive Rai – e sarà portata avanti nelle edizioni successive dalla direzione di Vittorio Fagone, propenso ad allargare sempre più il dibattito sulle nuove tecnologie a diversi ambiti, indagandoli da differenti punti di vista. Difatti il terzo anno della rassegna sarà incentrata sulle discussioni sui temi come 'Computer e dintorni' e 'Comunicazione e nuove tecnologie'[71].

All'edizione del 1985 prendono parte per primi come ospiti della sezione di graphic design Mario Sasso e i GMM, bisogna attendere quella successiva del 1986 per assistere alla partecipazione di Mario Convertino, al quale sarà dedicata una mostra personale di cui purtroppo non si trova alcuna traccia se non nell'articolo di Maria Pia Fusco nel quotidiano *La Repubblica*[72] che lo cita brevemente accanto al nome di Valerio Lazarov, altro autore e regista di sigle televisive, anch'egli soggetto di un'esposizione monografica. La presenza via via sempre più evidente delle sigle televisive all'interno della rassegna di arte elettronica è significativa dello scarso spazio dato altrove a quest'ambito progettuale, tanto che la Fusco arriva a sottolineare nel suo articolo:

> "Per quanto riguarda la presenza della Rai, visto che gli spazi concessi all'arte elettronica continuano a limitarsi quasi esclusivamente alle sigle, la rassegna ha offerto una piccola storia delle sigle realizzate in elettronica, da quelle realizzate semplicemente dallo Squeezoom fino alle ultime, più elaborate, tutte in Computer-animation. Come dire dai primi 'giochetti' di *Mr. Fantasy* alla sigla introduttiva di *Non necessariamente*. C'era anche *Trendy*, il numero zero del programma contenitore di RaiTre per il sabato pomeriggio, che avrebbe dovuto concedere molto spazio alla videoart, più volte annunciato e mai realizzato..."[73].

Inoltre l'autrice mette in evidenza quanto spesso compaiano nel corso dei convegni in programma i dibattiti sul mezzo televisivo, quasi a voler evidenziare come sia cambiato l'atteggiamento dei videoartisti nei confronti di questo medium, tanto da utilizzare a sostegno della sua tesi persino le parole di Fagone – il direttore della quarta edizione – , che riscontra anch'egli il cambiamento in atto nel mondo dell'arte. Difatti Fagone constata che gli artisti "negli anni Sessanta lavoravano 'contro' la televisione, vista come mezzo di omologazione negativa, mentre oggi si pensa che la Tv sia elemento fondamentale del grande percorso della VideoArt"[74]. D'altronde è la direzione dello stesso critico dell'arte che dà maggiore valore al rapporto tra le nuove tecnologie

70 Cfr. Fusco, M. P., *L'arte elettronica. Intanto è cominciata una nuova Babilonia*, in "La Repubblica", 06 dicembre, 1985. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1985/12/06/arte-elettronica-intanto-cominciata-una.html?ref=search [19.04.2021]

71 Ibidem.

72 Si veda: Fusco, M. P., *Se la tv parlasse 'elettronico'*, in "La Repubblica", 05 novembre 1986. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1986/11/05/se-la-tv-parlasse-elettronico.html?ref=search [19.04.2021]

73 Ibidem.

74 Ibidem.

e i media televisivi, in larga misura identificati soprattutto con il servizio Rai e con alcune esperienze internazionali.

Se la presenza di Convertino all'interno del festival è difficilmente rintracciabile[75] è certa però la quella di *Mister Fantasy* attraverso la partecipazione di Carlo Massarini e di Paolo Giaccio – rispettivamente il conduttore e l'autore del programma – invitati come ospiti fino dalla prima edizione e presenti nelle successive in rappresentanza di altre iniziative della Rai.

Per quanto riguarda invece il coinvolgimento degli altri due protagonisti del graphic design, Sasso e i GMM, è possibile ricostruirne in parte sia gli interventi sia i lavori con i quali prendono parte al festival. Ma prima di proseguire è importante specificare che entrambi all'interno di questa rassegna vengono considerati più come artisti che progettisti. Difatti Sasso è un professionista poliedrico che nel corso della sua carriera si è cimentato in svariati settori e il collettivo fiorentino si frappone tra l'ambito artistico e quello del graphic design per diverse ragioni.

Partendo dai GMM nell'edizione del 1985 viene presentata in anteprima la serie *Le avventure di Marionetti* realizzata per la trasmissione di Rai Uno *Non necessariamente*, un programma televisivo interamente dedicato alle nuove immagini tecnologiche e condotto da Massarini in seconda serata tra ottobre 1986 e gennaio dell'anno successivo[76].

Le avventure di Marionetti altro non sono che brevi clip realizzate, interamente con il computer *Apple II*, dove compaiono su sfondi astratti figure umane riprese con la telecamera e successivamente elaborate al computer – in totale sono undici episodi –. Il protagonista è Marionetti, "un giovane dal comportamento un po' surreale che, di fronte al traffico impazzito, si improvvisa direttore di orchestra per mettere ordine alla cacofonia urbana; oppure 'annienta' un seccatore con il suono della sua tromba; trova la sua Raperonzolo in un castello di sabbia; novello Superman sconfigge gli alieni; si imbatte in una mostra d'arte astratta dagli esiti apparentemente apocalittici"[77].

Se questa è la descrizione del lavoro *Le avventure di Marionetti*[78] dei GMM dal punto di vista dei contenuti, gli aspetti grafici rispecchiano le caratteristiche dell'estetica delle immagini realizzate interamente con il computer: sono rigorosamente bidimensionali, caratterizzati da colori acidi e la definizione è molto rudimentale. In particolare la figura di Marionetti è connotata da un profilo mistilineo e dalle tipiche linee orizzontali che richiamano quelle dell'immagine televisiva proprie degli schermi a tubo catodico.

Invece l'animazione delle clip non è un flusso continuo, bensì è ottenuta dalla successione di quadri fissi che sfumano l'uno nell'altro. La scelta formale, testimonia

75 Sulle vicende del Festival Arte Elettronica di Camerino sono condotti ancora pochi studi, quindi a volte la ricostruzione risulta frammentaria. Inoltre dalla testimonianza di Francesca Gallo, autrice dell'unico volume su questa manifestazione, il piccolo l'archivio documentario dovrebbe essere trasferito alla Quadriennale di Roma, ma purtroppo non è ancora consultabile.

76 In seguito, tra il 1987 e il 1988, le novità in campo dell'immagine – non solo televisiva e tecnologica – vengono diffuse da *Immagina*, condotto da Edwige Fenech, con la partecipazione del semiologo Omar Calabrese. Tra l'altro la sigla di questa nuova trasmissione è nuovamente progettata da Mario Convertino. Nel frattempo nel 1984, su Italia Uno, Luciano De Crescenzo conduce *Bit, storie di computer* con l'intento di alfabetizzare gli italiani sulla nuova strumentazione digitale, ridimensionando anche i timori verso questa macchina. Si veda: Alessi, R., *Con "Bit" arriva il computer*, in "La Repubblica", 28 aprile 1984, p. 23. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1984/04/28/con-bit-arriva-in-tv-il-computer.html?ref=search [19.04.2021]

77 Cfr. Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba*..., p. 32.

78 *Le avventure di Marionetti* vincono la menzione d'onore all'edizione del 1986 della rassegna *U-Tape* di Ferrara.

Antonio Glessi[79] uno dei fondatori dei GMM, è quella di restituire volutamente l'idea di una sorta di *flip book* digitale, dettata soprattutto dalle limitate capacità dei computer di quegli anni.

Tuttavia la presenza dei GMM all'edizione del 1985 del festival non si limita solo al settore della video arte, ma vengono inseriti anche nella programmazione delle mostre di quell'anno curate da Rinaldo Funari nel gruppo *Il pulsante leggero*. Quest'ultimo infatti ritiene il gruppo fiorentino una delle scene artistiche italiane più promettenti nel campo progettuale dell'immagine sintetica, e colloca i loro lavori affianco a quelli di autori storicizzati sia nazionali sia internazionali. Nello specifico viene esposto il loro computer fumetto *Giovanotti Mondani Meccani* del 1984, prodotto mescolando diverse tecniche da quella digitale a quella fotografica fino a espedienti produttivi legati all'ambito del graphic design[80].

Di tutt'altro genere è il contributo che Sasso offre al Festival Arte Elettronica di Camerino, poiché, dal 1984, lo storico grafico delle reti Rai si è avvicinato sempre più all'elettronica in chiave decisamente artistica, essendosi già occupato in passato di pittura.

Nella terza edizione del festival Sasso, oltre ad avere una mostra personale nella sezione curata da Funari, è anche tra i relatori del convegno *Computer e dintorni*, curato da Blumthaler. Come spiega lo stesso Blumthaler all'apertura della tavola rotonda, l'intento di questa sezione è quello di raccogliere "le esperienze fatte sull'uso delle nuove tecnologie nella elaborazione delle immagini, video e computer art, cinema e teatro, sigle e spot pubblicitari, immagini per la ricerca scientifica"[81], focalizzandosi soprattutto sul panorama italiano. Le ragioni di tale scelta sono dovute alla forte disparità tecnologica evidente nel campo delle immagini sintetiche tra i due stati leader del settore, ossia il Giappone e gli Stati Uniti, e l'Italia.

Inoltre Blumthaler, cercando di intraprendere un discorso storicizzato sull'uso delle nuove strumentazioni, ammette che queste ultime siano state utilizzate per la prima volta soprattutto nell'ambito dei video pubblicitari e nelle sigle televisive, e riconosce anche alle emittenti televisive il merito di aver saputo sviluppare all'interno dei propri centri di ricerca apparecchiature in grado di soddisfare le esigenze della postproduzione e dell'elaborazione di immagine sintetiche adatte al media video. Ed è proprio in questo contesto delineato da Blumthaler che rientra la partecipazione di Sasso a questo convegno, soprattutto nella veste di progettista grafico attuatore delle prime sperimentazioni digitali in televisione assieme a Convertino.

L'intervento di Sasso è conciso e tocca svariati argomenti che lui tratta utilizzando "la tecnica rapida e un po' improvvisata dell'appunto"[82]. Per prima cosa, affronta la questione del ruolo del grafico interno alla Rai, spiegando meglio come sia complesso sviluppare diverse sigle con un unico linguaggio, perché "l'impegno costante a realizzare copertine per programmi di diversa natura e finalità pone all'operatore grafico interno non solo il problema di sintetizzare messaggi e contenuti, ma di cercare nei diversi modi di realizzazione – cinematografico, elettronico e computerizzato – il maggior rendimento

79 Intervista dell'autrice via Skype Antonio Glessi, 04.03.2020, pp. 458-467.

80 Questo progetto è approfondito meglio nel paragrafo *6.1 I progetti per lo schermo: videografica, multimedia e dintorni*, pp. 271-274.

81 Cfr. AA. VV., *Atti del festival dell'Arte Elettronica 1985*, Palazzo Ducale Camerino, 28-30 novembre 1985, Camerino, 1986, p. 7.

82 Ivi, p. 52.

espressivo alla sua idea”[83]. Inoltre la complessità delle apparecchiature spesso gli impedisce un totale controllo dei mezzi messigli a disposizione, ragione per cui spesso è necessario l’affiancamento con tecnici che “debbono finalizzare la propria conoscenza alla capacità progettuale del progettista”[84]. Per seconda, Sasso introduce quali sono le differenze tra il progettista interno all’emittente televisiva e quello che lavora come collaboratore esterno. Riportando la sua esperienza decennale nella Rai, racconta di come i secondi siano più liberi di personalizzare al massimo il loro lavoro evidenziando il loro stile, senza la paura di dover ripetersi, nonostante spesso lavorino con mezzi elettronici e digitali di qualità inferiore rispetto alle grandi produzioni tv.

Invece, nel terzo argomento affrontato, dedica una rapida riflessione alla strumentazione digitale, elogiando nello specifico le potenzialità espressive del *Paintbox* – strumento utilizzato da Sasso nella realizzazione delle ultime sigle – che a suo avviso, oltre a favorire la manualità, a differenza del suo predecessore, lo *Squeezoom*, “è duttile a qualsiasi linguaggio, aperto a una nuova progettazione, una macchina insomma essenziale per ogni artista”[85]. A tal proposito va ricordato che durante il 1985 il Centro di Ricerche Rai di Torino con l’azienda fiorentina Tesak presentano il nuovo modello di workstation *EGP 414*, macchinario avanzato il cui modello precedente è stato usato per la realizzazione di alcune sigle della Rai come nel caso di Convertino, sistema che potrebbe aprire a un ventaglio di potenzialità progettuali ancora da esplorare[86].

Infine Sasso conclude il suo intervento con una riflessione di carattere più teorico, invitando le istituzioni culturali e le grandi industrie ad avviare la ricerca artistica e scientifica sulla tecnologia digitale per comprendere meglio in quali altri ambiti potrebbe essere applicata e quali benefici potrebbe apportare nella quotidianità delle persone.

Con l’intervento di Sasso al convegno del 1985 e le incursioni di Convertino e dei GMM, già citate precedentemente, si chiude la presenza del graphic design all’interno del Festival Arte Elettronica di Camerino, un significativo spazio culturale dove discutere del rapporto tra tecnologia e professioni delle immagini.

Sebbene la partecipazione dei progettisti italiani sia sporadica all’interno di questa manifestazione ancora tutta da ricostruire, ciò che emerge è un’importante riflessione da una parte sull’utilità dei festival o di qualsiasi manifestazione per creare un network fra le diverse professionalità, e dall’altra sui meriti del computer nell’aver ampliato l’area di contaminazione dei differenti settori, introducendo inoltre validi contenuti di ricerca. In aggiunta un ulteriore aspetto interessante dell’analisi delle vicende del festival di Camerino è di aver consolidato l’ipotesi che negli anni Ottanta la televisione ha un ruolo fondamentale nella diffusione dell’utilizzo della strumentazione digitale a partire dagli aspetti produttivi di alcuni prodotti come le sigle televisive fino al progetto finale di quest’ultime, inteso come veicolo di una nuova estetica e di nuovi linguaggi. Difatti il computer innesca nuovi processi di comunicazione all’interno di già consolidate strutture – il cinema, la fotografia, la televisione eccetera – dimostrandosi un fattore di estrema innovazione.

83 Ibidem.

84 Ibidem.

85 Ivi, p. 53.

86 Si veda: Vida, F., *Ricercherò. Ricerche Rai*, in “Video Magazine”, 48, 1985, pp. 58-63.

4.3.2 Progetti grafici digitali e sperimentali a *NigthWave. Rassegna ed eventi di musica, tendenza e culture club* (1996-1998)

Con la fine degli anni Ottanta si conclude la stagione delle rassegne culturali in cui vengono indagate le trasformazioni in atto con l’avvento e la diffusione del computer nell’ambito delle arti performative. Soprattutto il rapido evolversi delle tecnologie contribuisce alla formazione di nuovi scenari e tutto ciò che finora appare sperimentale e innovativo si integra nella prassi sia dell’arte sia del graphic design.

Inoltre, a partire dagli anni Novanta, le prassi e la produzione della grafica cominciano a essere indagate in altri contesti, legati a una nuova area di impiego del progetto grafico stesso, quella dell’intrattenimento notturno, che in quel periodo costituisce un’inedita e crescente tipologia di committenza circoscritta specialmente nell’area geografica emiliano-romagnola. Quindi la rassegna presa in considerazione per analizzare questo particolare scenario, utile anche alla ricostruzione del rapporto tra la grafica digitale e sperimentale italiana e l’ambiente musicale underground, è la fiera *NightWave*[87] che si è svolta a Rimini dal 1996 al 2000.

Le edizioni prese in esame sono quelle svolte tra il 1996 e il 1999, poiché affrontano specificatamente tematiche legate al rapporto fra progetto grafico e computer attraverso una serie di iniziative mirate alla diffusione della cultura visiva.

Si trova una traccia della prima edizione del 1996 nella recensione di Carlo Branzaglia, *NightWave 1996: grafica oltre la grafica*[88], pubblicata nel bollettino *Notizie Aiap*, in cui l’autore introduce per prima cosa la tipologia dell’evento – un appuntamento legato alla moda e alle tendenze del mondo dell’intrattenimento notturno – e successivamente presenta il forum *Grafica oltre la grafica. Night design & graphics*, patrocinato dall’Aiap e coordinato da egli stesso, il cui scopo è chiamare a raccolta tutti i progettisti grafici che progettavano per il mercato destinato ai giovani.

L’iniziativa rivolta alla grafica è suddivisa in cinque sessioni tematiche di circa un’ora e mezza ciascuna e la prima di esse è più di carattere istituzionale con gli interventi di Mario Piazza – allora presidente Aiap –, Gianni Sinni e lo stesso Branzaglia.

Nel testo di Branzaglia si menzionano tra i progettisti invitati soprattutto Alessandra

87 *NightWave. Rassegna ed eventi di musica, tendenza e culture club* è una fiera ideata da Nicola Ticozzi e organizzata dall’Ente fiera di Rimini per la prima volta nel 1996. La manifestazione è totalmente dedicata a quella che viene definita la *club culture* notturna e ai costumi giovanili e il suo intento è quello di ospitare diverse categorie merceologiche infrasettoriali capaci di illustrare le tendenze dell’epoca. Al contempo è una fiera connotata da bipolarismi: fra la *club culture* e il consumo di tutti i giorni; fra la cultura underground e quella overground, dove per underground si intende tutto ciò che viene messo in cantiere e veicolato fuori dal mainstream, ma soprattutto è una manifestazione frequentata da giovani trendsetter e da giovani figure professionali che si stanno delineando proprio a metà degli anni Novanta con la diffusione delle tecnologie digitali. *NightWave* è stata organizzata fino al 2000, anno in cui il mondo dell’intrattenimento notturno italiano subì un cambiamento di rotta, come afferma la giornalista Anna Tonelli nell’articolo *La discoteca diventa out ora è tempo di risto-dance* (La Repubblica, 24 marzo 2002): «Il modello tradizionale di discoteca non funziona più. Sono finite le migrazioni di giovani disposti a fare trecento chilometri in macchina per partecipare al rito del sabato sera nel locale alla moda. È tramontato pure il mito dello sballo da consumare in una notte».
Sulle vicende di *NightWave* si vedano: Branzaglia, C., *NightWave 1996: grafica oltre la grafica*, in “Notizie Aiap”, n. 4/5, 1996, p. 20; Branzaglia, C., *Il design dell’interazione NightWave 1997*, in “Notizie Aiap”, n. 7, 1997, p. 18; Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave. Atti del convegno*, Milano: Costa&Nolan, 1998; Branzaglia, C., *NightWave 1999: sport & visual trend*, in “Notizie Aiap”, n. 8/9, 1999, pp. 44-45; Branzaglia, C., *NightWave 1998: typeface design*, in “Notizie Aiap”, n. 8/9, 1999, p. 45; Branzaglia, C., *Caratteri moderni*, in AA. VV., *Italic 1.0 Il disegno dei caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap Edizioni, 2002, pp. 16-23; Branzaglia, C., *Club Culture e cultura della notte in Italia*, in Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative*, Roma: Castelvecchi, 2004, pp. 82-90.

88 Cfr. Branzaglia, C., *NightWave 1996: grafica oltre la grafica*, in “Notizie Aiap”, n. 4/5, 1996, p. 20.

Morcella[89], Alessandro Jumbo Manfredini e Giovanni Tommaso Garattoni[90] per quanto riguarda le identità visive delle discoteche e dei club e accennando alla presenza di progetti di videografica – proiezioni di sigle e spot – di cui non nomina alcun ideatore. Da questo contributo si evince inoltre che ogni relatore accompagna la propria presentazione con le diapositive o con i video, di cui però non è stato possibile rintracciare alcuna documentazione[91].

Alla fine della recensione emerge la volontà di Branzaglia di introdurre all'interno di questo tipo di manifestazione uno spazio per il dibattito sulla grafica e su quei progettisti che operano soprattutto nell'ambito dell'intrattenimento, settore "oramai molto vasto e attivo, [...] estremamente vivace ma, nel nostro Paese, estremamente poco considerato, se non in situazioni del tutto sporadiche"[92]. Il seminario del 1996 ha così sancito da un lato lo stretto rapporto che si crea tra le sottoculture, soprattutto quelle musicali, e i nuovi linguaggi visivi contemporanei e dall'altro l'interesse dell'Aiap di monitorare i cambiamenti in atto nell'ambito della comunicazione visiva.

Il successo dell'iniziativa di Branzaglia si consolida nella seconda del 1997 – svolta dal 7 al 9 giugno – tanto che la manifestazione risulta essere la "prima veramente strutturata"[93] in cui, grazie alla curatela di Branzaglia, è articolato un evento dal programma culturale ampio in cui si alternano dibattiti, convegni, mostre e proiezioni video interamente dedicati allo scenario contemporaneo, spaziando dalla progettazione visiva all'arte, dalla cinematografia alla musica e alla moda, e inoltre è l'unica edizione in cui sono pubblicati degli atti.

Il nucleo centrale del programma è costituito dal ciclo di dibattiti intitolato *Estetiche del XXI secolo* suddiviso per appuntamenti giornalieri, tra cui anche quello più pertinente all'ambito della progettazione grafica, *Il design dell'interazione. Cd-rom Internet Interfacce*[94], è un convegno che che fa il punto della situazione del graphic design italiano influenzato dalle nuove tecnologie digitali. Dedicato soprattutto alla pratica e non alla teoria della progettazione dei sistemi interattivi prevede l'alternanza di diversi interventi, quelli principali tenuti da: Elliott Peter Earls (progettista); Dario Moretti (consulente editoriale); Alessandro Navaga (progettista); Gianni Sinni (graphic designer dello studio LCD Graphis); Marco Susani (progettista).
Nel primo intervento Dario Moretti, *Il teatro dell'opera multimediale: linguaggio, spettacolo, figure professionali*, identifica sia le caratteristiche del nuovo linguaggio multimediale, di cui tanto si parla nell'ambito del progetto visivo, sia le figure professionali che iniziano ad utilizzarlo. Per semplificare la trattazione, Moretti utilizza la metafora del teatro, avvalendosi della seguente frase "Il computer è teatro, la multimedialità è spettacolo"[95] per sostenere la formazione dei nuovi linguaggi visivi, che se utilizzati senza alcuna preparazione e competenza specifica in merito alla progettazione grafica, avrebbero la stessa funzione degli effetti speciali scenici, praticamente un'espressività eclatante a dispetto della vacuità dei contenuti. Fin da subito Moretti si dimostra scettico sulle potenzialità dei nuovi linguaggi multimediali, perché li percepisce come qualcosa di passeggero e fallimentare, soprattutto nelle mani degli inesperti, e privo di una concreta prospettiva futura. Questa sua perplessità nasce dalla considerazione che coloro che sanno usare meglio le nuove tecniche, ossia il computer e tutte le altre strumentazioni digitali, provengano da una formazione ingegneristica e siano privi delle conoscenze tipografiche piuttosto che della metodologia progettuale del graphic design.

Parallelamente a queste considerazioni Moretti prova a delineare un nuovo modo di intendere la figura del progettista grafico, ossia un professionista in grado di sapere utilizzare questi nuovi linguaggi espressivi, a cui il relatore affida il ruolo di "coreografo" con tanto di competenze registiche. Con tale dichiarazione riconosce che il graphic designer sta affrontando un cambiamento dettato da un lato dal sempre più crescente utilizzo del computer nella progettazione e dall'altro dall'introduzione di nuovi ambiti progettuali che esigono rinnovate capacità e competenze adatte alla complessità della produzione multimediale. Inoltre nell'intervento di Moretti emerge la consapevolezza che il progetto multimediale è un'opera collettiva o che per lo meno lo stia diventando, così come accade già da tempo nel campo del teatro, fino a chiedersi se il progettista grafico possa aspirare al ruolo di coordinatore-autore del gruppo di lavoro visto lo scenario contemporaneo in atto. La sua risposta a tale domanda appare duplice, per certi aspetti risulta essere affermativa, quando sostiene che il progettista grafico debba avere una formazione tipica della tradizione italiana principiata, secondo lui, dalla figura di Albe Steiner, "un progettista consapevole non solo dei propri strumenti ma anche del contesto produttivo dell'opera e del pubblico cui è destinata"[96], per altri riconosce necessario un altro tipo di approccio dato che "la complessità della produzione multimediale è tale che, per poter assolvere a un compito registico di questa portata, il grafico deve lasciarsi alle spalle la sua specificità visiva per assumere anche tutte le specificità degli altri linguaggi (verbale, sonoro)"[97]. Infine Moretti conclude il suo intervento sostenendo che per poter dare corpo a questa nuova figura professionale più complessa sono necessarie scuole che affrontino le specificità della multimedialità.

Appare più significativo per questa ricerca il contributo di Gianni Sinni, progettista grafico fiorentino, figura chiave del cambiamento della grafica italiana a cavallo tra gli anni Ottanta e Novanta, *Tlön. On-line graphic webzine.www.tlön.dada.it*[98].

Per prima cosa Sinni apre il suo intervento spiegando la genesi del nome della prima webzine italiana *Tlön*[99], – presentata durante *NightWave* 1997 – riportando la citazione dello scrittore Jorge Luis Borges dalla quale il progettista grafico prende ispirazione per il nome della webzine stessa: "Al principio si credette che Tlön fosse puro caos, una irresponsabile licenza dell'immaginazione; si sa ora che è un cosmo, e le

89 Alessandra Morcella (Orvieto, 1965) progettista grafica. Fin da subito si cimenta con il computer e dal 1993 avvia una serie di collaborazioni con le più note discoteche della riviera romagnola. I suoi lavori di identità per i locali notturni sono menzionati su riviste di settore italiane ed estere.

90 Giovanni Tommaso Garattoni (Rimini, 1960) architetto, grafico e designer è stato tra i fondatori del Bolidismo. Nel 1980 ha fondato Slego, uno dei più importanti rock-club in Italia nella metà degli anni Ottanta, di cui ha curato la progettazione, l'arredo e l'immagine di alcuni tra i più importanti locali italiani. Nel 1982 forma il gruppo multimediale Complotto Grafico con cui nel 1983 alla manifestazione *Design Balneare*, vetrina del "nuovo design italiano".

91 Sull'edizione di *NightWave* del 1996 c'è un'evidente carenza di fonti che ne permettono una ricostruzione parziale.

92 Cit. Branzaglia, C., *NightWave 1996*..., p. 7.

93 Cfr. Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave. Atti del convegno*, Milano: Costa&Nolan, 1998, p. 6.

94 Ivi, pp. 63-83. Il convegno si svolse sabato 7 giugno 1997 e fu patrocinato dall'AIAP e da *Tlön*, la prima on-line graphic webzine italiana.

95 Cfr. Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave*..., p. 64.

96 Cfr. Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave*..., p. 66.

97 Ivi, p. 66.

98 Si veda l'intervista dell'autrice a Gianni Sinni, Firenze, 02.10.2019, pp. 582-584.

99 Si veda il capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* per l'approfondimento della figura di Gianni Sinni e del progetto della webzine *Tlön* come caso studio del periodo storico analizzato da questa ricerca, pp. 275-278.

intime leggi che lo reggono sono state formulate, anche se in modo provvisorio”[100].

Le ragioni che portano Sinni a scegliere questo nome risiedono proprio nella citazione sopra menzionata, dove metaforicamente il cosmo Tlön di Borges viene evocato per simboleggiare l’universo Internet che fino alla metà degli anni Novanta è percepito dai graphic designer italiani come qualcosa di nebuloso e privo di leggi. Nel 1997, secondo Sinni, lo scenario italiano sta lentamente cambiando, si sta passando dalla fase di “stordimento” tecnologico dei primi anni Novanta alla consapevolezza delle possibilità espressive della rete, quindi i tempi si dimostrano maturi affinché la cultura del progetto si appropri anche delle pagine HTML come luogo della progettazione. L’obiettivo della webzine è proprio quello di approfondire la ricerca sulla comunicazione on-line e non solo e, utilizzando le parole di Sinni, è necessario “creare un progetto che recuperi le varie esperienze creative che stanno avendo luogo nello spazio virtuale di Internet e che permetta anche di veicolare i risultati della discussione a mano a mano che questi si vanno formando”[101].

Cimentarsi nella progettazione di una webzine mette in discussione alcuni dei capisaldi sui quali poggia allora la professione dei designer sui media tradizionali, a cominciare secondo Sinni dalla terminologia necessaria per affrontare i progetti multimediali stessi. Per tanto il progettista fiorentino nel suo intervento si interroga se ha ancora senso usare ad esempio la parola pagina nell’universo Internet, dato le che pagine on-line non contengono più soltanto apparati testuali, ma anche filmati video o animazioni o qualsiasi altra forma virtuale non ancora immaginata. Stessa problematica si presenta nel dover parlare di periodicità nell’ambito delle riviste on-line, ha ancora senso dare una cadenza temporale a questa forma di progetto? Le risposte di Sinni rispecchiano l’anima sperimentale di *Tlön*, ideato come uno spazio di espressione libera dove verificare le possibilità e i limiti della comunicazione visiva su questo nuovo ‘supporto’. Uno degli aspetti interessante di questa webzine è altresì lo spirito collaborativo tra diversi progettisti grafici, ognuno dei quali contribuisce, caricando nella piattaforma i propri lavori, all’implementazione della circolazione di nuove istanze, ma soprattutto di nuovi linguaggi del graphic design italiano in relazione all’ambiente digitale.

Infine Sinni conclude auspicando che la presentazione di questa esperienza progettuale possa essere uno stimolo e un’opportunità per i progettisti grafici italiani per poter ampliare la ricerca sui nuovi ambiti progettuali multimediali che si stanno consolidando nella seconda metà degli anni Novanta. Un esempio di come il computer e le potenzialità della strumentazione digitale stanno modificando lo scenario della grafica italiana.

I due interventi successivi, *Tamburo History* di Alessandro Novaga e *Lasciare il metodo dell’amore moderno* di Elliott Peter Earls trattano invece di due tematiche completamente differenti e per certi aspetti lontani dall’ambito della progettazione visiva, soprattutto la trattazione di Earls che ha come punto focale l’individuazione del processo creativo applicabile a qualsiasi campo, dalla scrittura di un romanzo alla composizione della musica, dalla creazione di un video alla definizione di un abito.

Diversamente Alessandro Novaga presenta come caso di discussione il progetto del sito web/cd-rom – per il quale conia il termine *cd-net*[102] – per la promozione del musicista Jovanotti, raccontando specificatamente il processo di ideazione sia di questo spazio virtuale che dei suoi contenuti sia la scelta singolare di utilizzare due tipi di strumenti diversi contemporanei, tralasciando però nella discussione tutti gli aspetti strumentali e tecnici del progetto stesso, nominato *Tamburo* e rappresentativo del mondo del musicista.

Per ultimo, a conclusione del convegno, è affrontato lo sviluppo del nascente ambito dell’interaction design attraverso la testimonianza *I luoghi dell’interazione: lo spazio fluido abitato dall’informazione* di Marco Susani – progettista che si occupa di interaction design all’interno del Domus Academy Research Center –.

Susani affronta nel suo dibattito, riportando l’esempio di due progetti di cd-rom interattivi e un progetto di interazione ambientale realizzati nel centro per cui all’epoca lavora, la questione delle potenzialità del computer, dispositivo che non deve essere più percepito dai progettisti come un mero “strumento del fare”, bensì come qualcosa che apre a paradigmi di interazione completamente nuovi e inimmaginabili.

Gli esempi mostrati – *Lo spazio fluido dell’interazione: i protagonisti del design italiano* (1995), *Uno zoom quasi infinito: Samsung Kitchen Tools Workshop* (1997), *Uno spazio fluido continuo, reale e virtuale. Apple Design project* (1996)[103] – rappresentano nuove modalità di interazione tra utente e spazio virtuale, tentativi di sovvertire le modalità esistenti di navigazione dei contenuti dei cd-rom oppure della fruizione interattiva degli schermi dei computer stessi. Questi esempi differiscono per due ragioni: uno per la tipologia di punto di vista offerto all’utente; il secondo per le modalità di narrazione proposta, che cerca un equilibrio tra le tecniche narrative lineari tipiche dei libri e il nuovo ipertesto o come nel caso del progetto per *l’Apple Design Project* “l’interazione non avviene [più] tra un utente e le informazioni organizzate nello schermo di un computer convenzionale, ma tra più utenti e uno spazio collaborativo diffuso tra più schermi”[104].

Lo scopo del convegno, secondo Branzaglia, mira a illustrare quali sono le metodologie progettuali utilizzate nella ideazione e nella progettazione di alcuni sistemi interattivi contemporanei designati più a un pubblico più giovane.

Se questi sono i contributi del convegno *Il design dell’interazione,* a sostegno della discussione sulla contemporaneità dello scenario italiano condotta all’interno di

100 Ivi, p. 66. Questa citazione è stata tratta dal racconto di Borges *Tlön, Uqbar, Orbis Tertius* nell’opera letteraria *Finzioni*, pubblicata nel 1941.

101 Ivi, p. 67.

102 Op. cit, p. 71.

103 *Lo spazio fluido dell’interazione: i protagonisti del design italiano* (1995) è il progetto per il cd-rom realizzato per Editoriale Domus, il cui contenuto, organizzato per i profili biografici di otto architetti, è disposto all’interno di uno spazio che non simula un ambiente virtuale simile ad una stanza, bensì lo spazio fittizio dato da una serie di indizi visivi che aiutano l’utente ad orientarsi al suo interno. Ad esempio, compare una specie di galleria con i volti degli otto designer e attraverso lo scorrimento laterale compaiono ulteriori informazioni, le quali risultano essere dinamiche ed è il loro movimento che costruisce a mano a mano un senso di orientamento nello spazio.
Uno zoom quasi infinito: Samsung Kitchen Tools Workshop (1997) è la documentazione degli esiti del workshop Samsung *Kitchen Tools*, in cui i progettisti hanno utilizzato l’espediente dello zoom per fare comparire su un’unica schermata più livelli di informazione: posizionando il cursore su una porzione di testo scritto molto piccolo si induce uno zoom che ingrandisce il testo, lo rende leggibile e contemporaneamente, tendendo il cursore fermo, compaiono altri testi e immagini.
Infine il progetto *Uno spazio fluido continuo, reale e virtuale. Apple Design project* (1996) è realizzato per supportare l’apprendimento alternativo per le classi delle scuole elementari. Invece di simulare uno spazio virtuale all’interno di un unico computer contenente le informazioni da fare apprendere ai bambini, si è preso in considerazione l’idea di proporre degli strumenti individuali e fornire ad ogni gruppo di lavoro uno schermo touch screen, che gli studenti utilizzano per raccogliere le informazioni. Così si crea un duplice spazio di interazione, quello tra il bambino e il singolo touch screen e l’altro tra lo spazio fisico dove sono collocati i diversi touch screen e i bambini che si muovono all’interno di esso.

104 Cfr. Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave*..., p. 82.

NightWave 1997, è anche organizzata una mostra dal titolo *20x20 "Climax" vs Apple*[105], curata dal graphic designer Alessandro Jumbo Manfredini. L'esposizione, completamente incentrata sulla rivista trimestrale *Climax*[106] e riportata in gran parte nel numero 3 del periodico modenese, è una rassegna sul graphic design sperimentale che dà voce ai giovani progettisti grafici italiani, bisognosi sempre più di avere uno spazio nello scenario nazionale.

Le poche testimonianze a riguardo descrivono questa mostra come una carrellata delle "menti più lucide", come le definisce Manfredini[107], del panorama italiano degli anni Novanta. Progettisti grafici che escono, sempre secondo il curatore, dal progetto grafico istituzionale e dalle logiche del mercato e si cimentano con la sperimentazione che il computer ha fornito loro. La mostra è patrocinata da Apple Italia, dall'azienda Kodak e dalla casa editrice modenese Happy Books, la stessa della rivista *Climax*.

Alla mostra vengono esposti i lavori dei seguenti progettisti: Gianluca Bernardini, Marco Bet, Giorgio Cantadori, Manuel Casonato, Loris Castagnoli, Fabrizio Cuppini, Patrizia Di Gioia, Giorgio de Mitri, Carlo Facchin, Gabriele Fantuzzi, Gabriella Fortunato, Andrea Giacobbe, Alessio Leonardi, Andrea Lugli, Fabio Mammi, Alessandro Jumbo Manfredini, Alessandra Morcella, Massimo Paganini, Fabrizio Schiavi, Angelo Sindaco, lo studio Kuni, lo studio LCD Graphics, lo studio Vitamina, Stefano Tonti, Giorgio Vecchi e Daniel Zezelj. I progettisti grafici selezionati a loro volta contribuiscono con i loro progetti ai contenuti dei numero della rivista *Climax* pubblicati fino a giugno 1997.

Le vicissitudini delle edizioni successive della manifestazione *NightWave* – quelle del 1998 e del 1999 – sono ricostruite frammentariamente soltanto grazie al contributo dell'Aiap, che tiene nota brevemente della rassegna riminese attraverso alcuni articoli scritti da Branzaglia all'interno della rivista *Notizie Aiap*. Grazie ai testi di Branzaglia si ricostruiscono parzialmente le riflessioni trattate nell'ambito della progettazione visiva e si individuano i graphic designer coinvolti nel dibattito del cambiamento e ospitati nell'evento riminese.

Nella terza edizione di *NightWave* del 1998 – dal 28 maggio al 2 giugno – l'incontro sulla progettazione grafica è dedicato al design del carattere tipografico con una particolare attenzione alla produzione digitale che sta prendendo piede maggiormente in quel periodo e che viene applicata in alcuni ambiti specifici della progettazione stessa come la grafica per le riviste, la discografia e l'immagine per i locali notturni. Secondo quanto scrive Branzaglia[108], durante il dibattito emergono due opposti punti di vista: il primo sostenuto da Giovanni Lussu, ossia la facile 'stilizzazione' della tipografia, atteggiamento diffuso nella tipografia attraverso l'uso del computer; il secondo perorato da Alessio Leonardi che vede nella 'stilizzazione' dei caratteri una profonda riflessione sul ruolo dell'alfabeto stesso; prendono parte a questo incontro anche Sinni e Mauro Carichini[109].

Se nell'edizione del 1998 la tematica principale è il progetto del carattere tipografico, nella successiva del 1999 – svolta dal 27 al 30 marzo – si discute di sport e della sua immagine visiva, presentando una mostra intitolata *Mambo!*. L'esposizione è la prima grande antologica europea del brand australiano Mambo[110] che si affaccia in Italia proprio in quegli anni attraverso la grafica iconica di uno dei suoi fondatori, Reg Mombassa, presente durante la presentazione del volume dedicato all'azienda[111].

La presentazione del libro è il pretesto per riflettere sulle caratteristiche di certi immaginari sportivi che pescano dal bacino visivo delle sottoculture musicali e non, e su come anche i brand sportivi siano governati anch'essi da precise indicazioni strategiche proprie della natura del fare impresa.

Il convegno di *NigthWave* 1999 si conclude con la proiezione di due video: uno dedicato alla storia della videografica dei programmi sportivi delle reti Mediaset; l'altro invece è una collezione di filmati realizzati e prodotti da B/side – azienda d'abbigliamento sportivo – sul mondo dello snowboard. La presenza di progetti di videografica e di video alla fine della rassegna riminese sottolinea ancora una volta l'attenzione che in quegli anni si sta dando alla comunicazione animata resa sempre più avanzata grazie alla strumentazione digitale.

Aver inserito l'analisi della rassegna *NightWave* e la ricostruzione parziale delle sue vicende all'interno di questa ricerca, individuandola come luogo alternativo in cui avvengono delle riflessioni importanti sullo scenario della grafica italiana della seconda metà degli anni Novanta,

ha una duplice utilità. Da una parte permette l'identificazione di alcuni dei principali protagonisti del dibattito di quegli anni, soprattutto di quelli accoglienti verso le nuove tecnologie e attenti alla sperimentazione, dall'altra fornisce un tassello fondamentale per comprendere qual è la geografia relazionale che si sta creando attorno questo tipo di esperienze più sommerse.

Il quadro che ne emerge descrive una realtà geografica molto più complessa e frammentaria, che coinvolge maggiormente le periferie a discapito del fulcro storico milanese del design, eredità trasmessa dalle esperienze passate della grafica di Pubblica Utilità.

Inoltre la manifestazione *NightWave* avvalora la tesi dell'esistenza di una stretta connessione tra le sottoculture e i linguaggi grafici sperimentali anche nel panorama italiano, rivelando un'intensa attività progettuale nell'ambito della grafica per l'intrattenimento notturno soprattutto nelle regioni dell'Emilia Romagna e della Toscana[112].

105 Ivi, pp. 135-136. Queste due pagine saranno l'unica testimonianza di questa mostra realizzata durante *NightWave 1997*. Non è stato possibile reperire fotografie o altre informazioni neanche dalle interviste condotte dall'autrice di questa ricerca ai protagonisti di questa vicenda, ossia a Ottorino Baseggio, Carlo Branzaglia, Alessandro Jumbo Manfredini, Alessandra Morcella, Mario Piazza, Fabrizio Schiavi, Gianni Sinni.

106 Si veda il capitolo 6. *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento* per l'approfondimento della rivista *Climax* come caso studio del periodo storico analizzato da questa ricerca, pp. 279-283.

107 Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia e 28.02.2020, Modena, pp. 484-493.

108 Branzaglia, C., *NightWave 1998: typeface design*, in "Notizie Aiap", n.8/9, 1999, p. 45; Branzaglia, C., *Caratteri moderni*, in Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative*, Roma: Castelvecchi, 2004, pp. 184-188.

109 Mauro Carichini (Rimini, 1965) progettista grafico che si è occupato negli anni Novanta principalmente di grafica editoriale e di type design.

110 Il marchio australiano Mambo nasce nel 1984 per volere di un gruppo di surfisti e artisti che incominciarono a decorare le tavole da surf e le t-shirt, diventando nel giro di un decennio un vero e proprio brand. Tra i suoi fondatori ~~c'era~~ Reg Mombassa, un artista visivo, è invitato come relatore a *NigthWave* 1999.Si vedano sulla comunicazione di Mambo: Poynor, R., *Reg Mombassa. Mambo theology*, in "Eye", 46, winter 2002, disponibile online: http://www.eyemagazine.com/feature/article/reg-mombassa-text-in-full [28 dicembre 2019]; AA.VV., *Mambo: Good test is fine for some*, in "Eye", 46, winter 2002, disponibile online: http://www.eyemagazine.com/feature/article/mambo-good-taste-is-fine-for-some [28 dicembre 2019].

111 La presentazione del libro dedicato al brand Mambo si è svolta il 30 marzo 1999.

112 Si vedano: Branzaglia, C., *Segni e atmosfere nell'Emilia Romagna del XX secolo*, in "Linea grafica", 3, 1988, p. 52; Branzaglia, C., Garattoni, G.T. (a cura di), *Rimini Underground. Le avanguardie grafiche anni '80*, Rimini: GuaraldiLAB, 2017 e le interviste dell'autrice a Carlo Branzaglia, 19.07.2019, Bologna; Patrizia Di Gioia, via WhatsApp Calling, 14.04.2021; Maddalena Fabbri, via Skype, 05.05.2020; Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia e 28.02.2020, Modena; Alessandra Morcella, via Skype, 21.05.2020; Gianni Sinni, 02.10.2019, Firenze; Stefano Tonti, via Skype, 22.05.2020.

5.

Alla ricerca di una nuova identità: i confronti, le frammentazioni e le nuove possibilità dei linguaggi digitali

Nel capitolo si affrontano alcune vicende della grafica italiana degli ultimi due decenni del Novecento, fin qui solo accennate, utili a ricostruire il quadro dei suoi sviluppi. Che la rivoluzione digitale attuata dal computer trasformi l'intero settore del graphic design dagli strumenti alla prassi progettuale, dai supporti alla qualità degli artefatti, dall'identità dei progettisti ai linguaggi impiegati è evidente. Altrettanto chiaro è diversi sono gli atteggiamenti emersi di fronte alla diffusione della nuova tecnologia. Questo è uno dei temi approfonditi in questo capitolo. Dall'analisi delle reazioni registrate di fronte al cambiamento e dei conseguenti approcci messi in campo in quegli anni, si ricava una suddivisione dei grafici italiani di tipo generazionale emersa anche grazie alla raccolta di diverse testimonianze. La divisione consiste in tre principali tipologie: 1. gli apocalittici, ovvero i 'maestri' della tradizione; 2. la 'generazione di mezzo', ossia gli 'integrati'; 3. la 'generazione tecno-entusiasta'.

Nello specifico questa suddivisione aiuta a comprendere meglio le dinamiche avvenute in quegli anni e, tralasciando l'analisi della generazione dei 'maestri', permette di individuare quali linguaggi visivi vengono prediletti dall'una o dall'altra categoria. Tuttavia l'aspetto più evidente della categorizzazione dei progettisti è la mancanza nel panorama nazionale sia di un momento sia di uno spazio di discussione e confronto tra le diverse generazioni, mancanza dettata anche dall'assenza di riferimenti. La 'generazione di mezzo', infatti, non è stata in grado di sostituire i 'maestri' del graphic design italiano e di diventare di conseguenza il modello di quella successiva. Questa situazione dà vita a un vuoto cha a sua volta determina grossi fraintendimenti fra le due

componenti e un diffuso sentimento di malessere soprattutto in quelli più giovani che puntano ad essere più competitivi sul piano internazionale.

Il divario generazionale e la diversa percezione e metabolizzazione della strumentazione digitale nella professione genera pertanto una molteplicità di linguaggi che evidentemente appartengono all'una o all'altra parte. Difatti nella 'generazione di mezzo' è facile riconoscere un approccio integrato, in cui convivono prassi, tecniche e linguaggi sia analogici sia digitali, tipiche del passaggio vissuto, mentre nei progettisti più giovani l'influenza dello scenario internazionale è evidente sia nell'uso della tipografia espressiva sia nella decostruzione delle gabbie sia, ancora nell'impiego di immagini massicciamente elaborate con il software Photoshop. Di contro però, questi ultimi sono più favorevoli a occuparsi anche di nuovi ambiti progettuali e a esplorare in particolare le sfide poste dalla multimedialità o dal web design.

Parallelamente emerge anche un ulteriore aspetto significativo nello scenario italiano di quegli anni che vede contrapporsi la realtà progettuale della città di Milano a quelle delle città periferiche concentrate più o meno nell'area centro-settentrionale della penisola, connotate da una dinamicità culturale che si rispecchia anche nel graphic design. In queste aree, grazie a una serie di particolari coincidenze, spesso legate all'intraprendenza e al contesto produttivo della zona, si assiste all'ideazione di progetti inediti, come una rivista interamente dedicata ai giovani progettisti, intitolata *Climax*, o la prima webzine, *Tlön*, sempre relativa alla scena del progetto grafico contemporaneo.

Nel frattempo Milano, storicamente identificata come il centro del design italiano, risentendo della sua consolidata tradizione grafica – la coda lunga dell'interpretazione meneghina del modernismo svizzero-tedesco e dell'*International Style* tipografico – che ha prodotto segni grafici durevoli e riconoscibili per aziende ed istituzioni, fa fatica a emanciparsi nonostante le ampie possibilità offerte dal computer. In particolare, le imprese – si pensi, ad esempio, alla consistenza dell'industria manifatturiera del cosiddetto Made in Italy –, in difficoltà per le turbolenze economiche sopraggiunte negli anni Novanta, sono in questo periodo meno propense alla sperimentazione di nuovi linguaggi comunicativi. I maggiori investimenti nella comunicazione e i principali sostenitori dell'introduzione del computer sono invece riscontrabili in settori economici nuovi o rinnovati, come quelli dell'industria dell'intrattenimento notturno, che per le caratteristiche intrinseche alle loro attività hanno necessità di modificare assiduamente la propria immagine e, considerato il proprio pubblico, di prestare molta attenzione alle sottoculture e alle esigenze del mercato giovanile. Questa realtà contribuisce non solo alla diffusione di un certo tipo di linguaggi, ma diventa un ideale sbocco lavorativo per i giovani progettisti che si sganciano dalle dinamiche tradizionali dello studio grafico.

Infine per restituire una panoramica più completa – data l'alta frammentazione dello scenario nazionale – vengono analizzati in questo capitolo i contributi dei volumi e delle riviste di settore internazionali che riportano le vicende italiane degli anni Ottanta e Novanta.

5.1 Apocalittici, integrati e tecno-entusiasti: generazioni a confronto

Negli ultimi due decenni del secolo scorso si assiste alla grande rivoluzione digitale attuata dal computer che cambia – come indagato nei capitoli precedenti – gli strumenti del progettare la grafica, la prassi produttiva, i supporti e la qualità degli artefatti e in un certo modo anche l'identità del graphic designer, "portandosi dietro qualche innovazione, molto fumo e una discreta confusione; ma anche notevoli possibilità, rimaste in massima parte virtualità"[1]. Seppure la citazione del critico Sergio Polano risulti apocalittica e un po' critica, di fatto il computer porta un grande scompiglio nello scenario della grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta, inserendosi in una situazione già abbastanza delicata dove si risente da un lato della carenza di una cultura progettuale nazionale, condizionata dall'assenza di formazione adeguata a livello universitario, dall'altro della mancanza del riconoscimento della professione da parte della società.

L'assenza di una visione complessiva e unitaria della grafica italiana viene riconosciuta anche da alcuni graphic designer attivi in quegli anni, per esempio Gianluigi Pescolderung individua la forte frammentazione del panorama nazionale[2].

In questo contesto così precario la trasformazione apportata dalla strumentazione digitale mina ulteriormente le poche certezze dei progettisti grafici italiani, costringendo soprattutto quelli della generazione precedente a fare i conti non solo con uno strumento che diventerà parte attiva, operativa e trasformativa di una cultura, ma anche con la ridefinizione della loro identità, dovendosi confrontare con l'avanzata di nuove generazioni, più aperte all'uso del computer.

Ed è proprio a partire dalla classe dei grafici che si devono adattare alla trasmutazione tecnologica, "chi bene, chi male, chi rimane qual era, chi si trova spiazzato"[3] che principia la trattazione di questo capitolo, in cui si tirano le somme delle tematiche trattate nei precedenti capitoli e si ricompongono assieme i punti cruciali dello scenario della grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta.

Innanzitutto è utile precisare attraverso una suddivisione anagrafica dei progettisti qual è la generazione – la 'generazione di mezzo' – che si trova a dover affrontare maggiormente la trasformazione attuata dal computer nel pieno o quasi agli esordi della propria carriera. Partendo dalla periodizzazione utilizzata dal progettista e storico Mario Piazza, nel saggio *Graphic design and the history of graphic design in Italy*[4], la 'generazione di mezzo' è quella dei progettisti nati tra il 1940 e il 1959, nominata anche dal grafico milanese Sergio Menichelli[5] la "generazione dei cugini"[6], che si colloca tra i cosiddetti 'maestri' della grafica italiana e la generazione successiva – che da qui sarà identificata come 'generazione tecno-entusiasta'[7] –. Quest'ultima, a differenza della precedente, accoglie la transizione con maggiore entusiasmo e in alcuni casi inizia a muovere i primi passi nel mondo del graphic design proprio negli anni in cui si assiste alla diffusione del computer, ovvero a partire dalla fine degli anni Ottanta.

1 Cfr. Polano, S., *Elegante, mondano, sorridente, scettico, egoista, narcisista...*, in Camuffo, G., (a cura di), *Red, wine and green: 24 italian graphic designer*, Venezia: Studio Camuffo, 2004, p. 23.

2 Intervista dell'autrice a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019, pp. 542-549.

3 Ibidem.

4 Piazza, M., *Graphic design and the history of graphic design in Italy*, in Benincasa A., Camuffo, G., Dalla Mura, M., Upmeier, C., Vinti, C. (a cura di), *Graphic design: history and practice*, Bolzano: bu,press, 2016, pp. 109-132.

5 Sergio Virginio Menichelli (Milano, 1967) progettista grafico italiano lavora nel primo quinquennio degli anni Novanta per diversi importanti studi di design come Sottsass Associati e Studio De Lucchi, fino a fondare nel 1996 lo studio FM Barbara Forni e Cristiano Bottino. I progetti di FM spaziano dalla carta stampata alla grafica digitale, dall'editoria a progetti di allestimento e segnaletica.

6 Intervista dell'autrice via Skype a Sergio Virginio Menichelli, 9.04.2020, pp. 504-507.

7 La 'generazione tecno-entusiasta' comprende i progettisti grafici nati tra il 1960 e il 1979, che alla fine degli anni Ottanta – periodo di maggiore diffusione del computer in Italia – è quasi trentenne oppure ventenne.

5.1.1 La ‘generazione di mezzo’

Quando la strumentazione digitale fa la sua comparsa in modo sempre più insistente nell’ambito del graphic design italiano tra il 1987 e il 1990, molti progettisti sono messi di fronte a un cambio di paradigma della propria professione e le principali reazioni danno vita a due opposti atteggiamenti: da un lato si trovano coloro che osservano con diffidenza non riconoscendosi con essa e dall’altro quelli che ne sono attratti e pronti a sperimentarla.

Dalle testimonianze è emerso che il primo atteggiamento è appartenuto soprattutto a quanti rientrano nella generazione degli ‘apocalittici’, che sono portati a difendere la tradizione progettuale passata e a creare diffidenza e preoccupazione verso il nuovo. Basta ricordare, come il progettista Giancarlo Iliprandi, durante il convegno *Galassie. I nuovi confini della progettazione industriale e della creatività informatizzata*[8] del 1995, si interroga dubbioso su quale possa essere il futuro della grafica italiana affidata a persone che, a suo avviso, non sanno utilizzare una matita. Questa perplessità nasce soprattutto dal pregiudizio, alle volte fondato, che la ‘generazione tecno-entusiasta’ abbia una grande dimestichezza col computer senza tuttavia conoscere veramente i linguaggi tipografici o le regole di composizione di una pagina.

Lo scetticismo nei confronti del digitale si ritrova anche in Italo Lupi, convinto nello specifico che il desktop publishing induca alcuni progettisti a pensare che “il margine di libertà sia totale e che nessuno abbia più regole da seguire”[9], dando vita, secondo lui, a “una serie di ‘minestre confuse’ di caratteri dilatati o distorti, e l’incapacità di capire che si poteva utilizzare questo strumento meraviglioso – che allora non consideravo meraviglioso – anche con rigore. Invece in quel momento i più giovani che muovevano i primi passi in questo mestiere, inebriati dall’uso dei computer e avendo tra le mani uno strumento così duttile e facilmente manovrabile, utilizzavano questi ‘trucchi’ ispirandosi a esempi americani interessanti e nuovi”[10].

Ed è proprio nell’impiego di questi ‘trucchi’, appartenenti ai nuovi linguaggi digitali, che si inserisce il confronto tra le visioni apocalittiche della vecchia guardia del graphic design italiano e la ‘generazione di mezzo’, che sviluppa una serie di atteggiamenti differenti, più di scoperta degli strumenti e di integrazione dei linguaggi, così come si evince dalle diverse testimonianze raccolte[11].

Difatti l’aspetto dell’integrazione sembra essere un elemento in comune a molti progettisti della ‘generazione di mezzo’ ed è caratteristico della fase di passaggio dall’analogico al digitale, in cui coesistono le tecniche di rappresentazione manuali con quelle digitali. Come afferma Pescolderung “il concetto di integrato è da tenere molto presente, perché difatti è una parola in cui gli anni Ottanta e Novanta ci stanno fino al collo, perché non si usava mai solo il computer. Non è mai una progettualità solo analogica o manuale, bensì è questa sorta di mescolanza”[12].

A sostenere tale visione largamente condivisa ci sono anche le testimonianze di altri progettisti, ad esempio Francesco Messina ed Elisabetta Ognibene che riconoscono l’esistenza del concetto di ‘grafica integrata’ e confermano come fino alla metà degli anni Novanta sia ancora presente “una modalità di produzione e di lavoro che sta ancora a metà”[13], dove c’è tanta prassi progettuale tradizionale soprattutto nell’elaborazione delle immagini, una condizione che si evolverà rapidamente col tempo essenzialmente con lo sviluppo di software dedicati.
La stessa Ognibene riconosce nel suo primo manifesto realizzato interamente a computer – il manifesto per l’associazione Libera Terra del 1994 (▲ 1) – “un mix incredibile tra quella che è la manualità precedente e la strumentazione digitale”[14], riferendosi in particolare all’elaborazione delle spighe di grano, il cui risultato è frutto della scansione e del riempimento digitale di un disegno realizzato con la tecnica dell’incisione sul legno.

Anche il lavoro progettuale di Messina si fonda ampiamente sulla combinazione di differenti tecniche e linguaggi, infatti sfogliando soprattutto i suoi progetti nell’ambito musicale è evidente quanta mescolanza esiste. Già a partire dai primissimi anni Ottanta in molti dei suoi progetti combina come un esperto alchemico, fotografie, fermo immagini video, immagini fotostatiche, segni manuali ed esperimenti riprodotti grazie a un’innata curiosità verso qualsiasi innovazione tecnologica strumentale per la produzione e l’elaborazione dell’immagine stessa. Questa sua attitudine è identificabile in molti dei suoi lavori e in alcuni suoi bozzetti progettuali. Ad esempio nel 1981 la Rai gli commissiona il progetto dell’agenda per l’anno successivo e, nella condurre la sua ricerca visiva, ottiene l’effetto dell’immagine proposta (▲ 2) prima attraverso la proiezione sullo schermo, poi fotografandola e infine modificandone i colori con processi non ancora digitali.
Per di più anche le diverse copertine realizzate per i musicisti Franco Battiato e Alice sono rappresentative di questo suo approccio, forse un po’ meno riconoscibile nel momento in cui passa al digitale. In riferimento a questa fase di passaggio Messina aggiunge inoltre un’ulteriore considerazione utilizzando l’esempio della copertina *Fleurs* (1999) di Battiato (▲ 3) descrivendola come un lavoro che “racchiude l’approccio di quegli anni, ossia si utilizzava il computer per imitare ciò che si faceva in analogico, realizzandolo meglio”[15].

Nei primi tempi l’imitazione della prassi manuale sembra essere una strada percorribile per diversi progettisti, condizionati soprattutto dalla poca dimestichezza con il nuovo strumento e dal timore di rapportarsi con qualcosa di completamente nuovo del quale si ignora il suo funzionamento. Difatti emerge chiaramente in alcune testimonianze questa paura di utilizzare il computer subito dopo l’acquisto perché, come afferma ironicamente la progettista Daniela Piscitelli, “non sapevo dove mettere le mani”[16].

Proseguendo con altri esempi di progetti rappresentativi della ‘grafica integrata’ dove si mescolano le tecniche analogiche e digitali, si trovano quelli realizzati dallo Studio Tapiro nel 1991, nello specifico si fa riferimento ai manifesti per la Fondazione Masieri e il catalogo *Sestina musicale*. Nel medesimo anno la realtà veneziana progetta pure il suo primo manifesto interamente elaborato con la strumentazione digitale, quello

8 Il convegno organizzato da SMAU, Icograda e dal Centro per la grafica informatizzata del Politecnico di Milano si è svolto il 21 settembre 1995. Sugli argomenti discussi al convegno si veda il paragrafo 3.2.1.2 *I bollettini Aiap*, p.

9 Cfr. Intervista a Italo Lupi, in Galluzzo, M., *Estinzioni, adattamenti, esplorazioni e convivenze: quattro interviste sul ruolo delle innovazioni tecnologiche nel graphic design italiano*, in “AIS/Design Journal Storie e Ricerche”, 8, ottobre 2016, p. 235. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/167/154 [30.04.2020]

10 Ibidem.

11 Si vedano le interviste dell’autrice a: Lodovico Gualzetti, 30.07.2019; Sesto San Giovanni; Francesco Messina, 06.04.2019, Tricesimo; Elisabetta Ognibene, 14.05.2020, via Skype; Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019; Mario Piazza, 05.07.2019, Milano; Daniela Piscitelli, 03.10.2019, Venezia; Paolo Tassinari, 29.09.2019, Trieste.

12 Cfr. Intervista dell’autrice a Gianluigi Pescolderung, Venezia 14.05.2019, p. 547.

13 Cfr. Intervista dell’autrice a Francesco Messina, 06.04.2019, Tricesimo, p. 511.

14 Cfr. Intervista dell'autrice a Elisabetta Ognibene, 14.05.2020, via Skype, p. 535.

15 Ibidem.

16 Cfr. Intervista dell’autrice a Daniela Piscitelli, 03.10.2019, Venezia, p. 557.

per il centenario della celebre marca di sigarette francesi Gitanes (▲ 4), generato "applicando delle modificazioni topologiche con i primi programmi di disegno assistito"[17]. In questo manifesto dove sono usate campiture piatte le silhouette distorte dell'iconica ballerina gitana si mescolano in modo organico fino ad animare la composizione dell'artefatto.

A tale questioni vanno aggiunte altre che riguardano un ulteriore aspetto caratteristico di questi grafici: la loro attitudine alla sperimentazione linguistica; quindi viene da chiedersi quanto tale propensione condizioni o generi la 'grafica integrata'. A ben guardare i grafici citati fin qui hanno un atteggiamento verso il computer da una parte pragmatico e dall'altra sperimentale, considerandolo come un strumento "per sovrapporre linguaggi e realizzare in maniera più perfetta e veloce ciò che [avevano] già chiaro in testa"[18]. Seppure il computer è considerato da molti come un strumento, bisogna sempre ponderare, come afferma la Piscitelli, che esistono diverse modalità d'impiego:

> "chi utilizza lo strumento come mero strumento, quindi come cazzuola per disporre un mattone sull'altro e chi invece domina lo strumento e lo conosce talmente bene riuscendo attraverso il medesimo a fare emergere dei linguaggi che viceversa molti non riescono a fare. Perciò molto dipende dalla capacità di appropriarsi di uno strumento"[19].

Infine, un ulteriore aspetto che emerge dalle testimonianze raccolte riguarda l'appropriazione e la dimestichezza con il computer che per la 'generazione di mezzo' avvengono soltanto attorno alla metà degli anni Novanta. Difatti Pescolderung inizia a parlare di 'digitale consapevole' riferendosi alla ricerca di "un linguaggio originale e nostro attraverso il mezzo digitale" individuandolo nello specifico nei progetti realizzati per il centenario della Biennale di Venezia del 1995 (▲ 5-6-7). Per quest'occasione lo studio Tapiro inizia a utilizzare il programma Photoshop per l'elaborazione delle immagini, dando vita a sovrapposizioni di segni e forme e a smaterializzazioni. Come scrive Sergio Brugiolo l'azione di sovrapporre, tipica dei progetti dello studio veneziano, "offre una sorta di voce corale [dei significati] nella quale è possibile distinguere ogni singolo elemento originario"[20]. Per di più Pescolderung definisce il loro approccio 'digitale consapevole' perché è conscio di aver ottenuto siffatti risultati grazie al computer senza il quale non sarebbero stati possibili, quindi, in questo determinato caso, "il mezzo diventa il protagonista soprattutto attraverso l'impiego del programma di Photoshop che però ha molto a che fare con la loro esperienza precedente in camera oscura e nel trattamento in post-produzione di immagini ottenute con la ripresa fotografica o con la reprocamera"[21].

Prima di proseguire con il confronto e l'apporto dato dalla generazione successiva, quella dei tecno-entusiasti, bisogna puntualizzare però due questioni fondamentali: la prima riguarda il concetto di 'grafica integrata', al quale non tutti i progettisti esaminati in questa ricerca e nati nell'arco temporale tra il 1940 e il 1959 aderiscono perfettamente; la seconda è strettamente connessa alla precedente, ovvero non tutti i graphic designer si convertono al digitale tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio del decennio successivo, ad esempio alcuni si approcciano al computer precedentemente. Questa precisazione è

17 Cfr. Gianluigi Pescolderung..., p. 546.

18 Cfr. Francesco Messina..., p. 511.

19 Cfr. Daniela Piscitelli..., p. 557.

20 Cfr. Brugiolo, S., *Tapiro graphic design*, Milano: Electa/Sds, 2002, p. 25.

21 Cfr. Gianluigi Pescolderung..., p. 546.

doverosa perché esistono delle eccezioni riscontrate in questa trattazione nelle figure di Mario Convertino o i Giovanotti Mondani Meccanici (GMM) che si avvicinano alla strumentazione digitale molto presto rispetto agli altri progettisti menzionati e l'affrontano in modo differente e con risultati diversi – come si vedrà meglio nel capitolo successivo –. Tra l'altro il loro atteggiamento nei confronti del computer dipende sia dal supporto con il quale lavorano, lo schermo, sia dal settore dove operano, la televisione per Convertino e il video per i GMM.

5.1.2 La 'generazione tecno-entusiasta'

Mentre la 'generazione di mezzo' si avvicina e prende dimestichezza con la nuova strumentazione digitale, una nuova generazione si affaccia nel mondo del graphic design che in modo più o meno consapevole metabolizza l'uso del computer senza porsi troppe domande, condizione simile per chi lavora sia da autonomo sia da dipendente. A proposito di questa nuova classe di progettisti italiani generatasi in questo momento il grafico fiorentino Gianni Sinni aggiunge che

> "con l'utilizzo del computer, è nata anche una generazione di designer, in cui appunto più che lo stile e l'autorialità personale è diventato importante usare gli strumenti del design della comunicazione: i font, la composizione, l'elaborazione fotografica e grafica. Tutto questo – aspetto da non generalizzare – ha fatto sì che da lì in poi siano nati studi che sono delle organizzazioni collettive, in cui non c'è più una sola persona che firma il poster. Nasce così un progetto più di design. Anche se non è proprio il punto nodale, è determinante il fatto di passare da un'identità personale a un'identità di team, lab o gruppo"[22].

Ovviamente come per la generazione precedente i progettisti appartenenti alla 'generazione tecno-entusiata' sono tanti, con diversi approcci e con esperienze differenti soprattutto nella fase di avvicinamento al computer e ai software applicativi. Una della maggiori differenze riscontrate rispetto all'uso della tecnologia digitale riguarda il fattore anagrafico, tra coloro nati negli anni Sessanta e quelli nati nel decennio successivo. In particolare questi ultimi iniziano a progettare in un arco temporale dove il computer è già presente nell'ambito del graphic design e quindi vivono questo cambiamento in modo meno traumatico e con maggiore propensione alla sperimentazione, anche perché in certi casi la macchina digitale fa parte della loro quotidianità per diverse ragioni. In particolare in questa determinata situazione si inseriscono le vicende dei graphic designer allora giovanissimi, tra cui – per citarne alcuni – ci sono Remo Boscariol e Graziano Mannu dello studio Loew Associati[23], Mauro Carichini, Alessio Leonardi, Luciano Perondi[24], Fabrizio Schiavi e Silvia Sfligiotti.

Ma prima di analizzare approfonditamente le esperienze dei progettisti appena menzionati, è opportuno affrontare il passaggio dal punto di vista dei componenti della 'generazione tecno-entusiata' che sono anagraficamente più anziani di questi ultimi.

In base ad da alcune testimonianze, nello specifico quelle di Alessandro Jumbo

22 Cfr. Intervista dell'autrice a Gianni Sinni, 02.10.2019, Firenze, pp. 586-587.

23 Lo studio Loew Associati nasce nel 1996 all'interno del Link project di Bologna come prima come collettivo e poi come studio di sperimentazione e progettazione visiva, di cui fanno parte principalmente Remo Boscariol e Graziano Mannu. In particolare si occupano della corporate identity del Link stesso, attraverso la produzione di house organ, videografica, flyer e manifesti.

24 Luciano Perondi (Busto Arsizio, 1976) è un type designer e progettista grafico dal 1998, si occupa principalmente delle tematiche legate alla scrittura e all'information design. Alla professione affianca l'attività di docente in diversi istituti tra cui l'ISIA di Urbino e l'Università Iuav di Venezia.

Manfredini[25] e di Sinni, il computer all'inizio è guardato con molta diffidenza perché non permette di ottenere come risultato finale una grafica di alta qualità così come desiderato, situazione che col tempo viene del tutto superata anche grazie *in primis* all'evoluzione tecnologica delle macchine e secondo all'acquisizione di una maggiore dimestichezza nell'utilizzo dei primi programmi applicativi come FreeHand o PageMaker[26]. In particolare Sinni ricorda la frustrazione di utilizzare all'inizio il modello di computer *Classic* della azienda Apple e di trovarsi di fronte sia alla possibilità di usare pochissime font sia a una macchina con grosse limitazioni che compromettono la resa finale.

Un'ulteriore testimonianza sulle aspettative disattese sulla qualità dei risultati digitali e sui limiti imposti dai primi computer e software è data da Menichelli che fornisce una riflessione inedita. Secondo quanto afferma il progettista "il computer ha introdotto uno scontro/confronto rispetto al metodo"[27] nell'accezione che se si prende in analisi la versione di Illustrator di quegli anni, si lavorava solo con una visualizzazione di anteprima, quindi non si aveva la possibilità di vedere in tempo reale i risultati. Quindi lavorare a computer allora comportava un metodo più tecnico e ingegneristico che non apparteneva al mondo dei progettisti e dei creativi. Dovevi essere molto preciso e dare delle coordinate, dei comandi che ti permettevano di disegnare, ma se non avevi delle conoscenze pregresse di questo tipo era molto complesso"[28].

Ciò nonostante da lì a poco i membri più adulti della 'generazione tecno-entusiasta' scoprono le potenzialità del nuovo strumento che, come afferma Sinni, offre "l'apertura di un infinito campo di possibilità"[29], avviando in certi casi una serie di sperimentazioni che talvolta risultano estreme, fino a essere giudicate negativamente da alcuni componenti della 'generazione di mezzo' perché appaiono ai loro occhi semplici esercizi di stile o qualcosa al di fuori del progetto grafico, come l'esempio della rivista *Climax*[30]. In particolare questo progetto editoriale, ideato da Manfredini tra il 1994 e il 1995 come uno spazio di sperimentazione dedicato alla grafica digitale italiana di quegli anni – come si vedrà nel prossimo capitolo – sarà oggetto di critiche da parte della fazione più conservatrice della grafica italiana.
La nuova grafica prodotta dalla 'generazione tecno-entusiasta' è vista essenzialmente come "un campo di ricerca sperimentale, [...] il cui contesto è innanzitutto autoreferenziale"[31] e i nuovi linguaggi assolvono specificatamente "al ruolo di ricerca dell'innovazione permanente" – come ha scritto Mario Piazza[32].

Tralasciati questi primi scontri tra le due generazioni, quella tecno-entusiasta intende maggiormente il computer come un mezzo liberatorio che permette di esplorare segni, composizioni, caratteri ed elaborazioni di immagini che gli strumenti precedenti non erano in grado di tracciare o riprodurre. In più l'introduzione della strumentazione digitale non solo amplia il ventaglio di soluzioni che si possono ottenere durante la produzione grafica, ma conferisce anche l'immediatezza nelle modifiche progettuali, entrambi condizioni non replicabili con la strumentazione analogica. Ed è proprio sulle questioni dell'istantaneità del mezzo e della gestione degli errori di produzione che Menichelli sostiene: "Sicuramente il computer con il tasto 'undo' o 'mela + Z' ha cambiato il modo di intendere il margine di errore. Questo comando ti permetteva nel caso di errori di tornare indietro di almeno un'operazione"[33], modificando così la modalità con cui ci si approccia all'iter progettuale.

Riprendendo invece l'atteggiamento della componente anagraficamente più giovane dei progettisti tecno-entusiasti questi non si pongono molte domande sull'uso proprio o improprio del computer, perché lo considerano come uno strumento già presente nella loro quotidianità. In certi casi è presente nelle loro abitazioni perché acquistato precedentemente da un familiare – in tale circostanza non si tratta nello specifico di modelli della Apple – oppure sono avvezzi a interfacciarsi con dispositivi digitali predisposti per i videogiochi. Per esempio, Alessandra Morcella[34] si avvicina al computer e alla strumentazione digitale presto perché il suo compagno compone musica elettronica, esibendosi nei maggiori club alternativi della riviera romagnola, e possiede un Commodore, con il quale la progettista inizia a cimentarsi realizzando semplici grafiche di supporto alla performance del compagno stesso. Di conseguenza queste prime grafiche digitali vengono proiettate sui larghi schermi collocati nei locali notturni in contemporanea alla musica riprodotta.

Un'altra caratteristica significativa della 'generazione tecno-entusiasta' riguarda le influenze grafiche che provengono per la maggior parte dallo scenario internazionale, in particolare i progettisti osservano attentamente i progetti di Neville Brody e David Carson, li prendono come riferimento, li copiano e alla fine personalizzano i loro approcci, soprattutto dal punto di vista della tipografia. Ne sono un esempio le identità per i club e il progetto editoriale *Cube*[35] progettati da Patrizia Di Gioia[36] che dichiara apertamente di aver utilizzato in questi specifici lavori i caratteri disegnati da Brody e distribuiti attraverso il floppy disk in dotazione con la rivista britannica *Fuse* a cui lei è abbonata.

L'attenzione dei graphic designer della 'generazione tecno-entusiasta' verso la scena estera è facilmente individuabile in molti dei loro lavori e si riscontra non solo nelle testimonianze raccolte, questo è un atteggiamento diffuso negli anni Novanta, perché da una parte la sentono più vicina alla loro visione del progetto grafico, composto da una maggiore espressività e dall'altra c'è un grande desiderio e una voglia di confrontarsi

25 Alessandro Jumbo Manfredini (Modena, 1962) è un progettista grafico eclettico formatosi nello studio di Filippo Partesotti a Modena, sarà colui che darà vista a una serie di iniziative sulla scena grafica contemporanea degli anni Novanta e all'ideazione della rivista *Climax*. Oltre a occuparsi di comunicazione visiva è da sempre un musicista e dj.

26 Si vedano le interviste dell'autrice a: Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia/28.02.2020, Modena; Gianni Sinni, 02.10.2019, Firenze.

27 Cfr. Sergio Menichelli..., p. 505.

28 Ibidem.

29 Cfr. Gianni Sinni..., p. 584.

30 La rivista *Climax* (1994-1997) fondata da Alessandro Jumbo Manfredini e pubblicata dalla casa editrice modenese Happy Books di Fabio Caleffi è una rivista interamente dedicata ai grafici italiani che progettano in digitale.

31 Cfr. Piazza, M., *Effetti speciali. Progetto grafico: il tempo, l'informatica, la lettura*, in "Stileindustria", 5, marzo, 1996, p. 55.

32 Ibidem.

33 Cfr. Sergio Menichelli..., p. 506.

34 Si veda l'intervista dell'autrice via Skype ad Alessandra Morcella, 21.05.2020, pp. 518-527.

35 La rivista Cube ideata e progettata dal duo Giorgio de Mitri e Patrizia Di Gioia è un caso studio analizzato nel capitolo 6 *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento*.

36 Patrizia Di Gioia (Milano, 1966) progettista grafica modenese si occupa nei primi anni Novanta della progettazione dell'identità di diversi club nel territorio emiliano-romagnolo e di pubblicazioni relative alla *street culture*. Nel 1998 fonda assieme al suo compagno di allora Giorgio de Mitri l'agenzia Sartoria Comunicazione. Si veda l'intervista dell'autrice a Patrizia Di Gioia, via WhatsApp, 14.04.2021, pp. 440-445.

con tali realtà internazionali così diverse dal panorama italiano. La necessità di confronto si riscontra anche nelle vicende personali di alcuni graphic designer italiani, nello specifico, in quelle di Matteo Bologna, Mauro Carichini, Alessio Leonardi e Stefano Tonti che nella prima metà dell'ultimo decennio del Novecento decidono di intraprendere un'esperienza lavorativa e progettuale all'estero, in particolare negli Stati Uniti, a Berlino e a Londra, portandoli in certi casi a restare lì come nel caso dei primi tre.

Ed è proprio all'interno di questa generazione di grafici che nasce un rinnovato interesse per gli aspetti tipografici, supportato non solo dalle facilitazioni progettuali introdotte dai software per il disegno dei caratteri, ma anche dalla nascita di due fonderie digitali italiane, Design Lab dei progettisti Sebastiano Cossia Castiglioni e Jane Patterson e Fontology di Alessio Leonardi e Fabrizio Schiavi, che promuovono o cercano di promuovere una cultura tipografica in Italia. In particolare l'ultima fonderia si inspira chiaramente alla scena internazionale, infatti sfogliando il suo unico specimen cartaceo le font progettate sono molto espressive, spesso al limite della riconoscibilità formale delle lettere o riportano forme tipiche della digitalizzazione del settore come i caratteri bitmap.

Un ulteriore aspetto significativo delle due fonderie italiane è la volontà di coinvolgere diversi progettisti italiani nella produzione tipografica digitale, ad esempio Design Lab distribuisce il carattere *Lettera Trentadue* (1995) disegnato da Sinni, font che è "un omaggio filologico alla scrittura dell'omonima macchina da scrivere Olivetti [...] e [restituisce] la memoria e il sapore della dattilografia per l'era digitale"[37].

Alle attività di produzione e di promozione delle due fonderie nel territorio italiano si affiancano anche le esperienze individuali di type design di diversi membri della 'generazione tecno-entusiasta', come le font progettate in quegli anni da Matteo Bologna, Mauro Carichini, Claudio Piccinini e Massimo Pitis[38]. Questo fenomeno evidenzia soprattutto quanto il computer avvicini i graphic designer a tale ambito progettuale e condizioni in un certo senso il loro crescente interesse verso la tipografia.

A sostenere l'evidente crescita di attenzione verso i caratteri da parte dei progettisti tecno-entusiasti ci sono le testimonianze dirette, come quella della Morcella che afferma quanto l'uso sempre più frequente del computer la spinge a produrre una grafica esclusivamente "tipografica, che utilizzava diversi caratteri mixati tra di loro e trasformati, deformati con le possibilità del software Photoshop"[39], riferendosi nello specifico ai progetti per l'identità dei locali d'intrattenimento della riviera romagnola. Inoltre, rispetto a questi suoi lavori, la progettista aggiunge che "i miei progetti grafici avevano un aspetto nuovo nell'ambiente, uno stile ancora sconosciuto in quel momento e in quei luoghi. Non mi sono resa conto di essere dentro ad un'onda internazionale di un gruppo di progettisti grafici che si stavano occupando della grafica dei club. In Italia eravamo in pochi ad occuparci di questo ambito progettuale, sicuramente c'era qualcuno partito massimo due anni prima di me, ma davvero eravamo un gruppo di persone ristretto"[40].

A proposito della necessità di confrontarsi con lo scenario internazionale riscontrata in molti dei progettisti della 'generazione tecno-entusiasta' si può ipotizzare che

37 Cfr. *Gianni Sinni*, in AA. VV., *Italic 1.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap, 2002, p. 106.

38 Sulla tipografia digitale italiana contemporanea si veda: AA. VV., *Italic 1.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap, 2002

39 Cfr. Alessandra Morcella..., p. 522.

40 Ibidem.

dipenda da un lato dalle incomprensioni con la 'generazione di mezzo', con cui è evidente la differenza di intendere sia la grafica sia l'approccio al digitale, e dall'altro dalla mancanza di uno spazio dove i graphic designer più giovani possono confrontarsi anche sulla loro esigenza di rompere con la tradizione grafica italiana e di generare nuovi linguaggi contemporanei. Il sentimento e la volontà di essere riconosciuti come parte di qualcosa sia a livello locale sia mondiale, si riscontra nelle parole di Carichini soprattutto quando accenna al ruolo ricoperto nello scenario nazionale dal volume *La grafica in Italia*[41] che nell'ultimo capitolo dà spazio alla scena contemporanea italiana. Infatti il progettista afferma che "aver fatto parte di questo volume mi ha fatto sentire più inserito nella generazione di designer contemporanei che stavano portando avanti un'estetica più internazionale, più attenta anche a confrontarsi con le realtà estere, quindi rappresentavamo qualcosa che non aveva più a che fare con il design passato, il quale nonostante tutto era ancora molto rispettato".

Alla mancanza di confronto e alla necessità di guardare altrove va aggiunta anche l'assenza di riferimenti nazionali dipesi, secondo Menichelli, da

> "un gap, un vuoto che difficilmente in quegli anni si è riusciti a colmare. [In Italia] c'erano quelli che per noi erano i maestri, per intenderci i protagonisti del graphic design italiano degli anni Sessanta e Settanta, per la maggior parte reticenti all'avvento del digitale. Tra questa generazione e quella nata qualche anno prima della mia, ossia negli anni Cinquanta, che io identificherei come 'i cugini', non ci sono stati più veri e propri punti di riferimento legati magari a grafici anagraficamente più giovani dei soliti maestri, come potevano essere Franco Grignani, Massimo Vignelli, eccetera. Quindi sia i nostri 'cugini' che quelli della mia generazione hanno continuato ad avere gli stessi referenti a cui guardare, non c'è stato un ricambio. Di conseguenza quando è arrivato il computer ci ha colti impreparati e abbiamo guardato con diffidenza chi lo ha usato con entusiasmo"[42].

Infine un ultimo aspetto caratteristico di alcuni membri della 'generazione tecno-entusiasta' è stata l'apertura mentale verso tutto ciò che riguarda la multimedialità e il web, nuovi ambiti progettuali che iniziano ad affacciarsi nell'ambiente del graphic design soprattutto con l'avvento di internet e l'introduzione di nuovi supporti, come il cd-rom, e di nuovi software applicativi, come Flash dell'azienda Macromedia.

Sebbene si è scelto di non approfondire in questa ricerca le tematiche relative alla multimedialità e al web design di quegli anni è però altrettanto necessario ricostruire e raccontare soprattutto le vicende di un progetto ibrido ed evidentemente sperimentale che esprime in un certo senso le contaminazioni vissute negli anni Novanta dalla 'generazione tecno-entusiasta'. In particolare si fa riferimento al progetto della prima webzine dedicata alla grafica *Tlön*[43], ideata e progettata nel 1996 dallo studio fiorentino LCD Graphics, che vede direttamente coinvolto Sinni in qualità di progettista e redattore e Carlo Branzaglia come co-redattore.
Sinni si avvicina all'ambito inedito del web design quando ancora questo settore è snobbato da chiunque nel mondo del progetto, perché agli esordi *in primis* c'è la necessità di avvalersi di competenze informatiche specifiche per poter realizzare un sito, lavorando necessariamente in squadra con figure qualificate esterne alla grafica – tecnici informatici e ingegneri –, e secondo non è ancora legittimato come ambito progettuale da parte della comunità dei grafici. Queste due condizioni di fatto

41 Si veda: *Gli ultimi anni*, in Fioravanti, G., Passatelli, L., Sfligiotti, S., *La grafica in Italia*, Milano: Leonardo Arte, 1997, pp. 182-197.

42 Cfr. Sergio Menichelli..., p. 505.

43 Le vicende della webzine *Tlön* sono affrontate come caso studio nel capitolo 6 *Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento*.

diventano immediatamente argomento di scontro tra una generazione e l'altra, laddove quella dei progettisti 'di mezzo' considera il web design "un sottoprodotto del quale [loro si occupano], ma anche meglio di no"[44]. Come afferma Sinni da certi punti di vista questo atteggiamento potrebbe anche essere comprensibile, perché "era una cosa su cui il grafico aveva poco da poter sviluppare"[45], gli occorreva sicuramente il sostegno di altri saperi. Difatti il progetto di *Tlön*, come si leggerà nel capitolo successivo, è un progetto realizzato in collaborazione con DADA, una società fiorentina che porta per prima un nodo internet a Firenze[46].

Ciò che accade successivamente a questo primo assaggio di multimedialità influisce profondamente sul mancato dibattito nazionale sull'introduzione del digitale nel graphic design, infatti verso la fine degli anni Novanta le problematiche principali della comunità sono legate alla legittimazione dei nuovi ambiti all'interno della comunicazione visiva, soppiantando quelle sui cambiamenti apportati dal computer e lasciando un vuoto argomentativo su queste questioni.

5.2 Nuove geografie progettuali: le realtà periferiche italiane vs la centralità milanese del design

Le riflessioni condotte nel precedente paragrafo e scaturite dal confronto fra le generazioni coinvolte nella rivoluzione digitale portano per certi aspetti a descrivere il panorama grafico nazionale degli anni Ottanta e Novanta come frammentato e poco compatto, condizione che a ben guardare non si riscontra soltanto dal punto di vista generazionale, ma anche da quello geografico.

Storicamente per ragioni economiche e sociali le vicende della grafica italiana si sviluppano a partire dai primi due decenni del dopoguerra prevalentemente nel Nord del Paese, designando soprattutto la città di Milano come il più grande e il più importante polo di attrazione per i designer e i graphic designer italiani ed europei, a tal punto da assegnarle l'appellativo "ombelico del design"[47] italiano. Questa condizione, nota anche nei volumi internazionali di storia della grafica che descrivono "il resto d'Italia come una terra desolata"[48] ed estranea al mondo del graphic design, inizia a cambiare con la diffusione della stagione della grafica di Pubblica Utilità.
Il cambiamento apportato attorno alla fine degli anni Settanta – come già approfondito nel secondo capitolo di questa ricerca – restituisce un panorama italiano differente, costituito da una costellazione di realtà progettuali periferiche, realtà che difatti, come riporta l'articolo di Philip B. Meggs, *Outside Milan: 998 other point of light* nella rivista *Print magazine*, definiscono uno scenario della grafica italiana diverso dal capoluogo lombardo e diffuso lungo tutta la penisola. Il contesto in cui operano i progettisti della grafica di Pubblica Utilità e la generale insofferenza verso le formule più ortodosse del modernismo li spinge a ricercare approcci diversi e a introdurre nel panorama nazionale linguaggi autoriali inediti, spesso influenzati dalle esperienze progettuali internazionali, come nel caso dello studio fiorentino Graphiti che attinge chiaramente all'ecclettismo ironico del Push Pin Studios di New York.

La necessità di distaccarsi dalla tradizione tipografica milanese o dall'opera dei 'maestri' del modernismo italiano e la presenza di contesti culturali attivi sparpagliati nella maggior parte del territorio italiano sono condizioni che perdurano anche nei due decenni successivi in cui avviene l'avvento del computer. Infatti il decentramento dei luoghi di produzione della grafica avviato dalla stagione della grafica di Pubblica Utilità evidenzia un fermento creativo che connoterà molti degli episodi della grafica digitale italiana, dando spazio a città che prima della metà degli anni Ottanta sono considerate periferiche dalla storia della grafica italiana, ma che sono caratterizzate da indotti produttivi differenziati, alcuni più legati al mondo della cultura vicina maggiormente all'industria musicale e alle istituzioni e alle occasioni offerte nell'ambito delle arti performative, come nel caso dello scenario emiliano-romagnolo, altri a quello del sistema della moda e dello *street wear*, come l'ambiente fiorentino e modenese.

Procedendo per gradi, alcune realtà progettuali riconosciute dagli storici e dai critici italiani del graphic design come appartenenti alla stagione della grafica di Pubblica Utilità sono anche quelle i cui fondatori rientrano nella cosiddetta 'generazione di mezzo' e assistono direttamente e per un tempo più prolungato ai cambiamenti della professione introdotti dal computer. Questi progettisti in un certo senso aprono la strada alla generazione successiva avendo già sensibilizzato precedentemente alla comunicazione visiva il contesto dove operano. In particolare si fa riferimento alle vicende dello studio Tapiro e di Giorgio Camuffo per la città di Venezia e a Massimo Dolcini per alcuni centri urbani emiliano-romagnoli.

5.2.1 Venezia e il nordest italiano

Iniziando dal contesto veneziano: qui la promozione della cultura digitale si deve a Giorgio Camuffo che, allora poco più che trentenne, tra le sue prime attività culturali a Palazzo Fortuny organizza nel 1987 la mostra *Pacific Wave. Californian Graphic Design*[49] interamente dedicata allo scenario californiano e ai suoi protagonisti più innovatori come April Greiman.

L'attività di promotore della grafica internazionale contemporanea avviata dal progettista veneziano con la mostra del 1987 prosegue con una serie di altre rassegne che evidenziano da una parte il suo interesse verso quanto sta accadendo al di fuori dal contesto nazionale e dall'altra la sua propensione alla sperimentazione e all'adattamento tecnologico. In realtà Camuffo inizia ad appassionarsi, soprattutto allo scenario statunitense, precedentemente al 1986 grazie ai racconti del suo mentore, il progettista Giulio Cittato[50], con il quale collabora come freelance fino alla morte prematura dello stesso Cittato avvenuta nel 1986 e dal quale apprende "l'incredibile forza della sua esperienza americana, degli studi dove aveva lavorato, di tutti quelli che aveva incontrato"[51]. Camuffo incuriosito da una realtà che non mai ha vissuto – come lui stesso afferma nel volume *Friends* non è mai riuscito a lavorare in una grande città per diverse ragioni – in

44 Cfr. Gianni Sinni..., p. 587.

45 Ibidem.

46 Negli anni Novanta per collegarsi alla rete Internet bisogna allacciarsi su una linea interurbana collegata ai numeri di telefono con prefisso romano o milanese, perché sono gli unici due nodi in Italia. Il terzo è portato a Firenze proprio dalla società DADA che parallelamente tiene i primi corsi di formazione sul web.

47 Cfr. Antonelli, P., *The Italian Issue*, in "Print magazine", vol. 57, 6, 1993, p. 24.

48 Meggs, P. B., *Outside Milan: 998 Other Points of Light*, in "Print", vol. 47, 6, 1993, pp. 126-139, pp. 158-159.

49 Sulla mostra *Pacif Wave. Californian Graphic Design* si veda il sottoparagrafo 3.3.1 *Il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny come "bottega del computer"*, pp. 160-166.

50 Giulio Cittato (Venezia, 1936-1986) è un progettista italiano, allievo di Massimo Vignelli al Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia nel 1963, conclusi gli studi si trasferisce a Chicago per affiancare il grafico milanese all'Unimark International. Ritornato in Italia nel 1981 entra a far parte dello studio Signo con Heinz Weibl e Laura Micheletto.

51 Cfr. Camuffo, G., (a cura di), *Friends*, Venezia: Studio Camuffo, 2001, p. 6.

quegli anni è portato ad organizzare una dopo l'altra una serie di mostre e workshop dedicati maggiormente allo scenario statunitense, anche grazie alla predisposizione della direzione del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny.

Oltre alla curiosità verso le realtà internazionali più all'avanguardia, Camuffo esprime anche la voglia di cimentarsi con il computer e la nuova strumentazione digitale già a partire dagli ultimi anni Ottanta, poco prima della fondazione ufficiale di Studio Camuffo con i suoi collaboratori Sebastiano Girardi[52] e Massimo De Luca, avvenuta nel 1990. Data che coincide, dalla testimonianza di Girardi[53], con la consapevolezza di una maggiore dimestichezza nell'utilizzo del computer da parte dei tre membri dello studio, a tal punto da essere contattati diverse volte da Pierluigi Cerri per portare avanti lavori interamente realizzati in digitale.

Inoltre, grazie alle numerose iniziative organizzate negli spazi del Centro di Palazzo Fortuny, Camuffo riesce a portare a Venezia diversi esponenti della scena grafica contemporanea più sperimentale di quegli anni, tramutando non soltanto la città in un laboratorio e in un luogo di scambio della cultura progettuale e visiva, ma anche il suo studio, che a sua volta "si è trasformato in altri studi" ospitando i progettisti internazionali per brevi periodi, tra i tanti Ed Fella, John Hersey ed Elliot Earls.

Sicuramente l'esperienza di Camuffo all'interno del Centro di Palazzo Fortuny contribuisce negli ultimi decenni del secolo scorso a rendere la città di Venezia un fervido polo culturale. Però va ricordato che questo è possibile anche grazie alla presenza di un altro motore propulsivo della maggior parte delle attività del Centro, ovvero Maria Grazia Mattei, l'esperta di cultura digitale, che con le sue capacità relazionali e il suo interesse verso tutto ciò che è inerente alle nuove tecnologie porterà all'apertura della scena veneziana verso scenari internazionali e all'avanguardia. La Mattei ha anche il merito di aver proposto attività laboratoriali che si intrecciano spesso con i nuovi ambiti della grafica italiana formatisi con l'introduzione del digitale, come la videografica, ospitando in particolar modo personaggi pionieristici del calibro di Mario Convertino e Mario Sasso per la loro collaborazione con la Rai e Mario Canali di Studio Azzurro.

Da notare che a Nordest anche in altre città sta avvenendo la diffusione di realtà progettuali, nello specifico a Udine con la presenza di Francesco Messina e a Trieste con lo studio Tassinari/Vetta, realtà che sebbene non sviluppino linguaggi sperimentali con l'introduzione del computer, comunque rappresentano per diverse ragioni due apporti significativi all'analisi del decentramento della grafica italiana rispetto al polo milanese. Tra i due casi si riscontano alcune somiglianze sia nella tipologia di committenza per la quale lavorano sia per i contesti in cui sono attivi, infatti entrambi da una parte sono impegnati in progetti culturali nel territorio friulano e giuliano e dall'altra seguono importanti progetti editoriali nell'hinterland milanese. In particolare lo studio Tassinari/Vetta collabora da diversi anni con la casa editrice Electa che nel 1995 affida loro l'art direction della storica rivista *Casabella*. Da quanto afferma Paolo Tassinari[54] assieme al suo socio Pierpaolo Vetta[55] decidono di proporre alla redazione del periodico una veste

52 Sebastiano Girardi (Venezia, 1964) progettista grafico inizia a collaborare con Giorgio Camuffo dal 1985 fino a diventarne socio nell'istituzione dello studio Camuffo. Dal 2007 avvia il suo progetto individuale di studio.

53 Intervista dell'autrice a Sebastiano Girardi, 05.02.2020, Venezia, pp. 452-457.

54 Paolo Tassinari (Trieste, 1955) è un designer della comunicazione e si occupa prevalentemente di grafica editoriale e di identità visiva. Fonda con Pierpaolo Vetta nel 1981 lo studio di comunicazione Tassinari/Vetta, e ancora oggi integra la pratica professionale con la didattica.

55 Pierpaolo Vetta (Trieste, 1955-2003) è stato un progettista grafico e il co-fondatore dello studio triestino Tassinari/Vetta.

grafica interamente realizzata a computer, lasciando intendere così che la testata nella metà degli anni Novanta sia ancora progettata con soluzioni ibride, metà analogiche e metà digitali. Secondo Tassinari, col senno di oggi la loro proposta appare un vero azzardo, perché si sono inventati "come fare le cose"[56], ovvero le modalità per digitalizzare la produzione del progetto editoriale. Nonostante la sensazione del progettista triestino di essere stati avventati all'epoca, questa spregiudicatezza restituisce, come difatti lui stesso afferma, comunque la loro maturità nel sapere governare la strumentazione digitale su un progetto editoriale davvero complesso. Anche se l'approccio dello studio triestino riflette chiaramente le influenze delle avanguardie artistiche e grafiche dei primi del Novecento, reinterpretate in chiave contemporanea, questa realtà contribuisce comunque alla fase di digitalizzazione della professione nella provincia italiana attraverso alcuni progetti significativi, tra cui l'identità del Teatro Contatto di Udine del 1991 e, appunto, la nuova veste grafica della rivista *Casabella*.

Invece nel caso del lavoro di Messina emerge chiaramente l'aspetto sperimentale soprattutto nei progetti realizzati in ambito musicale, che a differenza di altri settori gli permette di esprimersi più liberamente e di esperire diverse tecniche e tecnologie, anche se, come testimonia più volte il progettista, il suo approccio è connotato dai linguaggi ibridi un mix tra elementi analogici e digitali, dove il computer nei primi periodi d'impiego è considerato più un mezzo di supporto per velocizzare la produzione che uno strumento per ampliare le possibilità espressive.

5.2.2 Modena e le altre realtà emiliano-romagnole

Proseguendo idealmente questo viaggio di individuazione delle realtà grafiche periferiche italiane lungo la penisola, tra la fine degli anni Ottanta e la metà del decennio successivo la regione Emilia-Romagna si configura come un ulteriore polo di fermento progettuale e luogo di significative esperienze. Nello specifico le città di Modena e Bologna sono lo scenario in cui prendono vita progetti strettamente connessi con la digitalizzazione del graphic design con ripercussioni anche in altre aree geografiche della stessa regione.

La città di Modena costituisce per diverse ragioni un caso particolare e un privilegiato punto di osservazione per individuare gli elementi più significativi del processo di rinnovamento della comunicazione visiva dell'ultimo ventennio del secolo scorso. Innanzitutto la scena socio-politica e industriale della città emiliana condiziona in modo rilevante la presenza e la diffusione di diverse realtà progettuali che nel corso degli anni si avvicenderanno e contribuiranno a ideate un crocevia di iniziative culturali in cui si intrecciano in primis la grafica e la politica e successivamente la musica, la moda e il graphic design.

Nello specifico le testimonianze di Patrizia Di Gioia, Alessandro Jumbo Manfredini ed Elisabetta Ognibene descrivono la città di quegli anni come un luogo in cui la dimensione politica, guidata dal Partito Comunista, e la qualità dell'amministrazione pubblica locale rendono possibile inizialmente un dialogo costante tra committenza e progettisti grafici con una grande attenzione rivolta soprattutto alla generazione più giovane. Il primo momento di contatto tra l'istituzione e il graphic design avviene a partire dalla costituzione nel 1980 di un ufficio grafico all'interno del Comune di Modena, dove vengono designati Massimo Dolcini come art director e due giovani progettisti, la Ognibene e Filippo Partesotti come suoi diretti collaboratori. Dopo due anni questa esperienza darà vita allo studio Kennedy fondato dal duo Ognibene e Partesotti con l'ingresso dell'artista e curatore d'arte Oscar Goldoni. In particolare la

56 Cfr. Intervista dell'autrice a Paolo Tassinari, 29.09.2019, Trieste, pp. 590-595.

nuova realtà progettuale si occupa non soltanto della comunicazione degli eventi e delle campagne promosse dal Comune, ma anche di quelle della FGCI di Modena, per la quale progettano artefatti comunicativi che "mostrano allontanamento progressivo ma radicale dai linguaggi appartenenti alla tradizionale propaganda di partito, in favore dell'introduzione di elementi visivi e tematici provenienti dalle esperienze del mondo giovanile e dei nuovi movimenti sociali, ma anche dalla cultura di massa"[57].

Accennare a questo punto della ricerca alle vicende dello studio Kennedy è importante per due ragioni principali, per prima cosa permette di capire i motivi che portano Modena a configurarsi nel ventennio Ottanta-Novanta come un realtà importante per il graphic design italiano, e per seconda contribuisce a tracciare il filo rosso che collega i progettisti della 'generazione di mezzo', come la Ognibene, a quelli della 'generazione tecno-entusiasta', tra cui Di Gioia e Manfredini, che daranno vita a progetti sperimentali e a iniziative volte alla grafica digitale contemporanea. Difatti Di Gioia e Manfredini si formano e crescono come progettisti all'interno del Kennedy's studios prima e in quello individuale di Partesotti dopo, spingendoli negli anni successivi a generare le proprie realtà progettuali e a coltivare le proprie relazioni sia con la realtà culturale sia industriale dell'hinterland modenese.

Inoltre a Modena, come afferma Manfredini[58], sono presenti due importanti società che lavorano in settori collaterali al mondo della grafica e che promuovono già dagli anni Cinquanta la cultura visiva, la prima è la celebre casa editrice specializzata nella pubblicazione di figurine e fumetti, Panini[59], e la seconda è la Paul Film[60], casa di produzione per animazione e pubblicità dei personaggi più iconici dei primi spot commerciali televisivi presentati nel programma televisivo Carosello. Dunque, secondo Manfredini, la presenza di queste due realtà produttive da una parte testimonia la lunga tradizione legata al disegno e alla cultura progettuale della città e dall'altra contribuisce a preparare un terreno fertile per il consolidato rapporto tra pubblica amministrazione e progettisti grafici o tra aziende del territorio e comunicazione aziendale.

In aggiunta all'esperienze artistico-culturali collaterali e a quelle legate al mondo della pubblicità si affianca anche la forte scena musicale modenese, costellata da diverse produzioni, musicisti e dj legati alle sottoculture, da negozi di dischi specializzati mete di pellegrinaggio da qualsiasi parte d'Italia, da spazi di intrattenimento, tutte situazioni che soprattutto negli anni Novanta interagiscono con le realtà grafiche della città. Come già affrontato nel quarto capitolo, la nascita della *club culture* contraddistingue molto lo scenario della penisola italiana di quegli anni i, dove molti luoghi diventano il punto di incontro tra la sperimentazione musicale e quella grafico-visiva di alcuni dei protagonisti della 'generazione dei tecno-entusiasta', i quali ricopriranno appunto in questi luoghi diversi ruoli. Nel caso specifico di Manfredini in un'unica figura si accentrano diversi incarichi nell'ambito musicale passando da quello di frontman del gruppo Ciao Fellini[61] a quello di fondatore del club il Graffio[62] a Modena fino ad essere il progettista grafico di diversi album e dell'identità visiva dello stesso club modenese.

A questo fermento culturale degli anni Ottanta si aggiunge nel decennio successivo un ulteriore elemento che contribuisce alla diffusione di un certo tipo di graphic design sperimentale nato con l'avvento e la diffusione del computer, ovvero la nascita della casa editrice Happy Books di Fabio Caleffi, che prova coraggiosamente – come scrive Carlo Branzaglia sulla rivista *Linea Grafica* – "a fornire regesti su quelle aree magari snobbate dalla saggistica e dalla storiografia di settore, per cercare patrimoni vivaci nei quali la produzione nostrana affiancava a pari titolo quella internazionale"[63]. A questa casa editrice va sicuramente il merito di aver contribuito all'ideazione di ben due progetti significativi dello scenario della grafica italiana, il primo è la pubblicazione della rivista sperimentale *Climax*, concepita dall'eclettico Manfredini nel 1994, e il secondo è la creazione della fonderia digitale italiana Fontology di Alessio Leonardi e Fabrizio Schiavi. In particolare quest'ultimo entra in contatto con la realtà editoriale modenese grazie all'incontro con Manfredini e contribuisce alla veste editoriale dei primi due numeri della testata sperimentale.

Nel frattempo che la casa editrice Happy Books sostiene la grafica sperimentale, la tipografia e soprattutto i giovani progettisti italiani cimentatisi con il digitale, in preda all'entusiasmo Manfredini decide di trasformare la città di Modena nell'epicentro del graphic design contemporaneo in opposizione al vuoto culturale degli eventi legati al progettazione grafica e prova a organizzare nel 1996 la manifestazione *Climax. The digital wave '96*[64]; manifestazione che non sarà mai realizzata per ragioni economiche.

L'intento del progettista modenese è quello di "riportare l'Italia, che vanta un'invidiabile tradizione nel campo della grafica, all'interno del dibattito internazionale in corso da qualche anno in Europa e in America"[65], supportato da due principali motivazioni: l'attenzione che il periodico di grafica sperimentale *Climax* attira su di sé da parte dei "più significativi centri internazionali di produzione nel campo della comunicazione visiva ed ha con loro instaurato un rapporto continuativo di interscambio culturale"[66]; l'interesse dell'Assessorato alla cultura del Comune di Modena a supportare iniziative che coniugano tecnologia ed umanesimo nel campo dell'arte, della letteratura e delle comunicazioni visive contemporanee, con l'intento di costruire una cultura tecnologica avanzata e diffusa agli strati sociali e generazionali più ampi possibili. Difatti, come scrive l'allora assessore alla cultura Massimo Mezzetti, "Modena si è caratterizzata, negli ultimi due anni in particolare [dal 1994 al 1996], come una delle realtà civiche in Italia maggiormente

57 Cfr. Cappelli, C., *Propaganda addio. La FGCI a Modena negli anni Ottanta*, Roma: Bradypus Editore, 2018, p. 20.

58 Si veda l'intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia/28.02.2020, Modena, pp. 484-493.

59 La casa editrice Panini è fondata a Modena nel 1961 dai fratelli Panini quando, già titolari nel 1945 di un chiosco nel corso Duomo di Modena gestito dalla madre e nel 1954 dell'omonima Agenzia di distribuzione di giornali, decisero di commercializzare la prima collezione Calciatori Panini, avviando così la produzione di figurine.

60 La Paul Film è fondata nel 1952 dal fumettista Paul Campani assieme allo sceneggiatore e regista Max Massimino Garnier e il disegnatore e animatore Secondo Bignardi. A Paul Campani va il merito di essere fra gli ideatori del programma televisivo Carosello e di molti personaggi protagonisti di famosi spot commerciali italiani.

61 Si veda: Impellizzeri, G., *A volte ritornano: dopo 27 anni riecco i Ciao Fellini*, in https://www.soundwall.it/a-volte-ritornano-dopo-27-anni-riecco-i-ciaofellini/#:~:text=Per%20l'occasione%20incontriamo%20il,scena%20musicale%20italiana%20degli%20anni [8.05.2021]

62 Il Graffio è fondato nel 1984 dai componenti del gruppo Ciao Bellini e da altre persone. Alessandro Jumbo Manfredini la definisce una discoteca 'sui generis', perché viene gestita più come un centro sociale che una vera disco, in cui si esibiscono tra i più importanti dj della scena underground italiana degli anni Ottanta.

63 Cfr. Branzaglia, C., *Di giovani e luoghi*, in "Linea grafica", 6, 2000, p. 48.

64 Sulla manifestazione si vedano: Manfredini, A., *Climax. The digital wave '96*, booklet, Modena 1995 [Archivio privato Manfredini]; le interviste dell'autrice a Manfredini.

65 Cfr. Manfredini, A., *Climax. The digital...*, p. 3.

66 Ibidem.

all'avanguardia nella sperimentazione delle nuove tecnologie al servizio del cittadino"[67], impiegate nello specifico nella serie di attività online relative ai servizi della pubblica amministrazione e alla promozione turistica, perciò il Comune si auspica di promuovere maggiormente iniziative culturali di questo tipo.

Inoltre, secondo Manfredini, Modena appare la città idonea a ospitare questo tipo di manifestazione vista soprattutto "la presenza sul territorio di interessanti e intraprendenti realtà professionali ed industriali che già da tempo dimostrano di aver intuito le potenzialità che i nuovi sviluppi nei settori [della comunicazione visiva] implicano"[68]. Infine l'evento è organizzato in diversi e specifici momenti: una mostra dei lavori grafici digitali nei diversi ambiti, quindi dalla tipografia alla grafica, dall'advertising all'animazione; tre o quattro giornate di workshop rivolti sia ai professionisti sia agli studenti, i cui risultati sarebbero stati successivamente inseriti nel possibile numero speciale di *Climax*, inteso come catalogo dell'iniziativa; il simposio di una giornata di dibattito a cura di esperti dei settori della comunicazione visiva, della semiotica e dell'arte; una serie di eventi collaterali pianificati durante il periodo di apertura della mostra per la durata di un mese.

Nella città di Modena accanto alle esperienze di Manfredini di promozione della grafica contemporanea italiana degli anni Novanta c'è anche il lavoro di promozione della comunicazione visiva e della cultura visiva in generale dell'agenzia Sartoria Comunicazione – fondata da Giorgio de Mitri e Di Gioia – all'interno degli ambienti della *street culture*, che vede coinvolte soprattutto le aziende di abbigliamento *streewear* locali e nazionali, attraverso la pubblicazione autoprodotta *Cube*. L'attività del duo modenese, dapprima operativi nella scena della comunicazione per i club musicali dell'hinterland modenese e della riviera romagnola dalla metà degli anni Novanta si intensifica e si sposta appunto negli ambienti legati alla *street culture* occupandosi sia di street art sia di abbigliamento che di musica hip hop.

Restando sempre nella stessa regione si trovano altre due realtà progettuali interessanti, la prima rappresentata dalla città di Bologna, il Link project e lo studio Loew Associati, e la seconda dalla precedentemente menzionata riviera romagnola composto da una costellazione di club e progettisti.

Per quanto riguarda il contesto culturale della città bolognese, già descritto nel quarto capitolo, l'aspetto più interessante da trattare in questo sottoparagrafo è l'esistenza di una realtà progettuale *sui generis* che sviluppa le tematiche del progetto grafico in relazione al digitale in contesto creativo inedito, in uno spazio fisico collettivo appunto il Link project[69], acronimo del centro sociale L'isola nel Kantiere situato a partire dal 1994 nell'ex-magazzino farmaceutico situato dietro la stazione centrale di Bologna.
Il nuovo edificio assegnato al Link si avvale sia di sale per spettacoli, concerti e dj set, ma anche di una libreria, un internet point, oltre a degli spazi dedicati specificatamente alla produzione di cultura visiva e non aperti al pubblico. Sono molti i gruppi che prendono parte al progetto associativo e tra questi ci sono delle realtà progettuali significative come Opificio Ciclope, Officine Alchemiche e Loew Associati attivi in diversi campi, dalla videoarte al cinema, dal graphic design alla produzione musicale. La scelta di arricchire il progetto Link con alcuni collettivi creativi risiede nell'esigenza di non seguire pedissequamente le esperienze dei tipici centri sociali italiani, ma di ricreare differenti modelli più vicini a quelli degli spazi occupati nord europei, come Melkweg di Amsterdam o Podewil di Berlino. Di conseguenza si cerca di far confluire nel nuovo spazio i vari gruppi – allora nominati 'redazioni' – , in una specie di struttura antesignana di coworking, dove possano trovare spazio le specializzazioni di tutti, e anche attività laboratoriali esterne ed autonome. Tutte queste realtà, fra le altre cose, partecipano alle attività di clubbing che il centro propone.

All'interno di questa realtà articolata trova appunto spazio anche lo studio progettuale Loew Associati che agli esordi ha un'identità fluida, senza alcuna gerarchia né una pianificazione del lavoro, ma che piano piano si consolida come un vero e proprio studio, identificando nelle persone di Remo Boscariol[70] e Graziano Mannu[71] i protagonisti di questa singolare vicenda. Tra i principali progetti realizzati da Loew Associati si trovano le numerose quantità di artefatti comunicativi promozionali degli eventi del Link, in cui è inclusa anche la house organ, e una serie di successivi commissioni esterne sempre negli ambiti culturali e in quello delle aziende legate al medium video.

Negli anni Novanta il territorio emiliano-romagnolo, dopo la realtà progettuale bolognese nata all'interno di un luogo dedicato all'intrattenimento e alla produzione di sottoculture, ospita anche l'ultimo esempio progettuale significativo legato soprattutto all'indotto dell'industria dell'intrattenimento, sviluppatasi principalmente lungo la riviera romagnola e per la maggior parte concentrata tra i due centri balneari più importanti della zona, ossia Riccione e Rimini.

Il fenomeno della comunicazione legata all'universo notturno che ruota attorno ai club e alle discoteche si affaccia in Italia sul finire degli anni Settanta e si consolida soprattutto nella prima metà del decennio successivo, quando viene introdotta nella produzione musicale la musica elettronica che, come già affrontato in parte nel quarto capitolo, contribuisce a un cambio di linguaggi estetici in diversi ambiti tra i quali anche quello del graphic design.
Le prime realtà progettuali che ruotano attorno alle discoteche da una parte sono rappresentate da singoli individui e dall'altra non sviluppano una vera e propria strategia d'immagine, perché la maggior parte degli artefatti progettati e prodotti è il risultato proprio di un'autoimprenditorialità giovanile. D'altro canto, come scrive Branzaglia, per quanto "le fasce di utenza si allarghino [e ci sia un incremento di investimenti in questo mercato in quegli anni], solo operatori giovani possono interpretare le esigenze di un pubblico tanto sensibile alle evoluzioni, alle mode, alle tendenze [...] come quello che abitualmente popola le ore notturne"[72].

Col tempo il concetto stesso di club si è evoluto diventando una realtà produttiva sempre più articolata e strutturata, fino a rappresentare negli anni Novanta "lo sbocco ideale per un'intera generazione di grafici, o meglio di visual designers (per non parlare poi di scenografi, architetti, performers e quant'altri) che si sono trovati ad affrontare un mercato fortemente concorrenziale [...] e supportato da grossi investimenti finanziari"[73].

67 Ivi, p. 2.

68 Cfr. Intervista dell'autrice ad Alessandro Jumbo Manfredini..., p. 486.

69 Sulla storia del centro sociale Link project si vedano: Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative*, Roma: Castelvecchi, 2004, p. 85, pp. 264-268; Link project (a cura di), *Netmage. Piccola enciclopedia dell'immaginario tecnologico: media, arte, comunicazione*, Milano: Mondadori, 2000. Si vedano anche le interviste dell'autrice a: Remo Boscariol, via Skype, 22.05.2020 ; Carlo Branzaglia, 19.07.2019, Bologna; Graziano Mannu, via Skype, 21.05.2020.

70 Remo Boscariol (Conegliano, 1975) dal 1995 partecipa come progettista grafico alle iniziative degli esordi del collettivo Loew, poi trasformatosi in un vero e proprio studio grazie alla collaborazione con diversi professionisti, tra i quali Graziano Mannu. La realtà progettuale è situata negli spazi del Link project a Bologna.

71 Graziano Mannu (Olbia, 1977) progettista grafico è tra i fondatori dello studio Loew Associati all'interno dell'attività professionali del Link project. Nel 2001 diventa il braccio destro di Giacomo Callo, art director della casa editrice Mondadori.

72 Cfr. Branzaglia, C., *Icone della notte*, in "Linea grafica", 5, 1994, p. 56.

73 Ibidem.

Con l'evoluzione del mercato dell'intrattenimento notturno cambia anche l'identità del professionista che si occupa di questo ambito di applicazione della grafica, non ci si trova più nel campo della creatività pura e semplice, "ma in quello di un professionismo che affronta le varie problematiche di identità e comunicazione visiva cercando di agire su un pubblico quanto mai instabile e, oramai, assai esigente"[74]. Ne sono un esempio le esperienze dei giovani progettisti della 'generazione tecno-entusiasta', tra i quali ci sono i progetti di Patrizia Di Gioia per i club Spirity, Paradiso, Peter Pan, Matis ed Echoes, di Manfredini per Vox di Nonantola, di Alessandra Morcella per Cellophane, Cocoricò, Eku, Paradiso e Peter Pan, di Stefano Tonti e di Maddalena Fabbri per Paradiso, Io street club, Cocoricò.

Nei loro lavori è possibile riscontrare quanto sia articolato e sottile il rapporto fra immagine grafica, architettura, allestimenti e animazione, dove per la parte grafica si intende una serie di artefatti diversi tra di loro per formato e funzione – immagine coordinata, marchio, manifesti, flyer e inviti –, e "quanto sia difficoltoso, perché legato all'esigenza di mantenere l'immagine intatta e costante nel tempo pur articolandola nella varietà delle serate, degli eventi spettacolari, dei party a tema"[75]. Inoltre si riconoscono facilmente le espressioni visive fortemente influenzate dai linguaggi internazionali, dove la tipografia espressiva è la protagonista indiscussa e l'immagine è dirompente, entrambi questi elementi sono visibilmente il risultato della grafica digitale.

5.2.3 Firenze

Spostandosi nella parte ovest del Centro Italia ci si imbatte in un'altra realtà progettuale altrettanto viva dal punto di vista dell'ideazione di nuovi linguaggi grafici e di inedite esperienze di graphic design strettamente collegate al contesto musicale, artistico e della moda, ossia Firenze.

Come già anticipato nel quarto capitolo di questa ricerca la città fiorentina soprattutto negli anni Ottanta rappresenta un luogo di ritrovo e di aggregazione per artisti, scrittori e giornalisti che animano la scena culturale cittadina sia nell'ambito dell'intrattenimento con la nascita di club e realtà musicali sia nell'ambito dell'arte e della moda, settori fortemente connessi con la più importante rassegna fiorentina Pitti Immagine[76]. Difatti la manifestazione dedicata all'industria e al design della moda sarà la prima a interessarsi di computer grafica e a introdurla negli spazi culturali e nelle performance dell'evento Pitti Trend a partire dall'edizione del 1985. In particolare il Pitti Trend si configura nello specifico come un osservatorio significativo, sui comportamenti e le attitudini giovanili, diventando la principale rassegna mercato delle nuove tendenze nell'ambito della moda, dell'abbigliamento in genere e dei costumi giovanili.

L'edizione del 1985 apre le porte al nuovo ambito progettuale della videografica che, secondo il critico d'arte Enrico Cocuccioni, offre una nuova tipologia di immagini e di immaginari e all'interno della quale questi "vivono sia nella contaminazione delle tecniche e dei linguaggi, sia nella platonica purezza della sintesi digitale"[77]. La rassegna ospita gli interventi di tre gruppi italiani attivi in quegli anni nella produzione di questo settore: Correnti Magnetiche di Milano, Dh Studio di Firenze e Crudelity Stoffe di Roma.

74 Ibidem.

75 Ivi, p. 58.

76 Il Pitti Immagine è una rassegna di promozione dell'industria e del design della moda istituita negli anni Cinquanta.

77 Cfr. Cocuccioni, E., *Computer graphics*, in "Fashion", 741, 1985.

A questi si aggiungono nelle edizioni successive anche i progetti dei Giovanotti Mondani Meccanici attivi nel contesto culturale fiorentino dal 1984.

Difatti sono loro ad aver introdotto per primi nella città la grafica digitale, prima con i computer fumetti e poi con alcuni progetti realizzati per il club Tenax, frutto di un sodalizio già consolidato tra gli spazi culturali alternativi e il progetto grafico. A testimoniare la presenza significativa dei GMM negli spazi del Tenax Antonio Glessi, fondatore del collettivo, ricorda che per "il club realizzavamo bisettimanalmente le scenografie video da proiettare, quindi avevamo un sacco di materiale da produrre massivamente, soprattutto perché 'rubavamo' spezzoni dai film e dalla televisione, pratica adesso assolutamente impossibile da attuare!"[78], che successivamente venivano messi assieme a immagini o segni realizzati con il computer, dall'estetica chiaramente bitmap.

In un certo qual modo le vicende dei GMM evidenziano ancora una volta quanto il settore dell'intrattenimento notturno e della musica influenzi la diffusione dei linguaggi sperimentali e digitali collocandoli in determinate aree italiane periferiche rispetto al polo storico del design che è Milano.

Restando nell'ambito della comunicazione per i club anche lo studio LCD Graphics di Gianni Sinni e Franca Gori si cimenta nella progettazione della comunicazione per le discoteche, nello specifico si fa riferimento al progetto per il club Typochaos della metà degli anni Novanta, dove l'elemento predominante è la tipografia, sovrapposta, decostruita, di diverso formato e stile.

Lo studio LCD costituisce già a partire dagli anni Ottanta una realtà progettuale significativa non solo a livello locale, ma anche nazionale. Oltre a essersi occupato dal 1985 del progetto editoriale della rivista *Westuff* [79]– inizialmente dedicata alla cultura visiva e successivamente al fashion design –, diventando è un sorta di banco di prova per i progettisti fiorentini che si cimentano con un ambiente visivamente complesso e ricco di stimoli in un periodo, tra l'altro, in cui Firenze è la capitale della cultura italiana.

Sicuramente il contributo dello studio fiorentino alla diffusione dei linguaggi sperimentali digitali è successivo all'esperienza editoriale di *Westuff* e si colloca specificatamente più nella seconda metà degli anni Novanta, avviando una serie di progetti e iniziative sui nuovi ambiti progettuali del web design e del multimedia; il più significativo, nonché il primo esempio di progetto per il web, è la webzine *Tlön* che sarà approfondita nel capitolo successivo. La rivista online *Tlön* nasce con l'intento di essere non soltanto un laboratorio di sperimentazione, ma anche uno spazio di discussione sulle inedite tematiche introdotte dalla presenza di nuove tecnologie, come il web.

Difatti Sinni è tra i primi progettisti a condurre delle interessanti riflessioni sui nuovi ambiti progettuali introdotti dal computer e dall'avvento di Internet, condivise per la prima volta in una lettera indirizzata all'Aiap, in cui egli stesso cerca per primo di dare una definizione al concetto di multimedia, descrivendolo come una voce sotto la quale

> "possono andare cose molto diverse sia per quanto riguarda le caratteristiche tecniche-formali, sia per quanto riguarda il tipo di supporto. Spesso gli stessi clienti hanno idee molto confuse al riguardo: si va dal CD-ROM a un sito Internet, da una postazione informativa alla realizzazione di iper testi e quant'altro"[80].

78 Cfr. Intervista dell'autrice ad Antonio Glessi, via Skype, 04.03.2020, p. 463.

79 La rivista *Westuff* è fondata nel 1984 da Bruno Casini, Maria Luisa Frisa e Stefano Tonchi e progettata dal grafico Gianni Sinni di LCD Graphics. Si veda il sottoparagrafo 4.1.1 *Le città di Bologna e Firenze come principali centri di propagazione del movimento New Wave*, p.

80 Cfr. Sinni, G., *Proposta di inclusione nuovi ambiti progettuali nel tariffario Aiap,* mail, Firenze 1996, p. 1 [Archivio Cdpg].

Inoltre il progettista fiorentino cerca di ridefinire il ruolo del professionista di fronte alle nuove esigenze emerse dal nascente ambito della multimedialità, laddove, secondo lui, sarebbe opportuno abbandonare quello "status di grafico solitario, per dover necessariamente confrontarsi con un gruppo di lavoro, una équipe all'interno della quale sono presenti diversi esperti di settore, dall'ingegnere del software ai tecnici video e audio, gli autori dei contenuti, agli illustratori, ai fotografi, ecc."[81].

5.2.4 Milano è ancora l'epicentro del graphic design italiano?

Dopo aver analizzato tutte le realtà urbane periferiche diffuse principalmente nell'area centro-settentrionale dell'Italia e che danno origine a inediti approcci e linguaggi con l'introduzione del computer, viene da chiedersi qual è invece lo scenario milanese del graphic design e quali sono le risposte dello storico epicentro verso l'ondata tecnologica e sperimentale degli ultimi due decenni del secolo scorso.

Dalle testimonianze raccolte emerge un evidente panorama frammentato dove si assiste però da una parte alla fine dell'egemonia dei nomi di progettisti e di studi operanti negli anni precedenti agli Ottanta – difatti si affacciano nuovi studi e nuovi grafici –, e dall'altra alla nascita di richiesta di maggiori competenze e capacità innovative da parte del mercato, in grado di tradurre in modo originale le nuove forme della creatività.

Se questa richiesta è evidente con il nascente ambito progettuale della videografica introdotta da Mario Convertino – progettista operativo a Milano – negli anni Ottanta, non sembra essere così chiara in altri settori più tradizionali del progetto grafico, come l'editoria e l'immagine aziendale, che saranno più o meno rinnovati a partire dal decennio successivo quando il computer avrà oramai compiuto la sua rivoluzione e sarà presente nella maggior parte degli studi.

Analizzando per prima l'esperienza di Convertino nell'ambito della videografica questa rientra appieno come valido esempio del primo campo di sperimentazione della strumentazione digitale e dei software applicativi. Difatti nei primi anni Ottanta alcuni progettisti si cimentano nella progettazione di artefatti audiovisivi per i diversi programmi dei palinsesti televisivi soprattutto grazie all'innovazione tecnologica degli strumenti del settore video, originando intermezzi e sigle di apertura sia per le reti pubbliche sia per quelle private della Fininvest che hanno sede proprio a Milano.

Prima di proseguire bisogna però precisare che Convertino approda nel settore della comunicazione video perché è piuttosto conosciuto nell'ambiente musicale milanese, dove a partire dagli anni Settanta progetta le copertine dei dischi per le più importanti case discografiche italiane. Quindi il progettista si cimenta in questo nuovo ambito progettuale perché il primo programma per il quale deve progettare la sigla – *Mister Fantasy* – tratta nello specifico di musica e tendenze giovanili, tematiche a lui molto familiari. Tale casuale combinazione di eventi evidenzia ancora una volta quanto anche a Milano – come nel resto d'Italia – l'ambiente musicale, a differenza dell'apparato produttivo industriale tradizionale, sia più propenso ad accoglie le sfide introdotte dall'avvento della strumentazione digitale e a mettere in gioco una serie rinnovamenti persino dal punto di vista dei linguaggi espressivi.

Inoltre la vicenda di Convertino fa emergere altre due considerazioni sui cambiamenti in atto in quegli anni, la prima riguarda il supporto con il quale il progettista si rapporta, ovvero passa da quello tradizionale cartaceo allo schermo, e la seconda è relativa alla strumentazione utilizzata per progettare la sigla di apertura del programma *Mister Fantasy* (1982). Viene infatti impiegato un computer, o meglio, una workstation, nominata *Tesak*, interamente sviluppata a più mani dal team di ingegneri del Centro Ricerche Rai di Torino e assemblata da un'azienda fiorentina, a dimostrazione che le prime esperienze digitali di Convertino non avvengono su un computer della Apple, ma su un prodotto italiano. Il dispositivo è realizzato laddove ci sono i maggiori finanziamenti per la ricerca tecnologica e di conseguenza il nascente ambito della videografica è ideato proprio nei centri come Milano, Torino e Roma – quest'ultima è inserita perché è la sede storica della Rai, perciò contribuisce in quanto luogo istituzionale della televisione italiana – e non può svilupparsi in altre aree geografiche o città d'Italia, dove non è presente questo tipo di indotto industriale.

A Milano parallelamente alla videografica continuano a esistere i soliti ambiti tradizionali del progetto grafico, in particolare quelli maggiormente coinvolti in un evidente rinnovamento digitale sono quelli della grafica musicale e dell'editoria, in base a quanto emerge soprattutto dalle testimonianze raccolte dei progettisti della 'generazione tecno-entusiasta'. Mentre per quanto riguarda il settore della comunicazione aziendale non ci sono degli sviluppi così interessanti o innovativi da poter essere individuati come esemplificativi di quel periodo storico. Difatti resta uno dei più legati alla tradizione, a causa anche della crisi economica che agli inizi degli anni Novanta condiziona a tal punto gli investimenti delle imprese da decidere di non allocarli nel campo della comunicazione oppure di rinunciare all'elevata qualità dei progetti, privilegiando le proposte a costi contenuti.

Invece l'industria musicale, che conserva il suo centro nevralgico a Milano, negli ultimi due decenni del Novecento affronta delle significative trasformazioni, passando dalla decadenza dei dischi in vinile alla loro sostituzione dai compact disc, e di conseguenza dalle copertine di grande formato a uno nettamente ridotto, passaggio che porta alla perdita dell'impatto visivo. Registra questo importante transito dei supporti musicali Francesco Messina – noto progettista del settore, soprattutto per le sue copertine per Franco Battiato e Alice – che racconta quando l'industria discografica verso la fine degli anni Ottanta convoca uno alla volta i progettisti italiani operativi nell'ambito della grafica per la musica, comunicando loro che:

> "nel momento in cui sarebbe venuto meno il vinile passando al cd e il formato si sarebbe ridotto, non sarebbe stato più utile realizzare progetti complessi, perché sarebbe bastato [utilizzare in copertina solo] il volto del musicista e un logo. Invece, a quel punto, la scena anglosassone, vedendo che lo spazio era diminuito, ha preferito investire maggiormente nella comunicazione"[82].

Difatti, come riportato nel volume *La grafica in Italia*, le case discografiche si trovano davanti a un bivio e "le principali direzioni di ricerca sono due: da una parte si lavora per ottenere un coordinamento grafico tra il compact disc e tutti i prodotti collaterali [...], realizzando una sorta di immagine coordinata dell'album. Dall'altra parte il tentativo è quello di superare i limiti del piccolo formato creando dei veri e propri oggetti che, tramite l'uso dei materiali o di una costruzione particolare, acquistino una forte identità"[83]. Ed è proprio quest'ultima direzione la strada privilegiata da alcuni progettisti tecno-entusiasti come Carichini e Matteo Bologna[84] (▲ 8-9) che si cimentano in tale ambito progettuale. Nello specifico Bologna collabora per un breve periodo per

81 Ibidem.

82 Cfr. Intervista dell'autrice a Francesco Messina..., p. 509.

83 Cfr. *Gli ultimi anni*, in Fioravanti, G. ..., p. 190.

84 Matteo Bologna (Milano, 1965) progettista grafico eclettico lavora spesso come freelance in diversi ambiti del progetto dall'editoria all'immagine coordinata, dal packaging alla tipografia. Prima di trasferirsi negli Stati Uniti progetta negli anni Novanta le copertine di alcune collane della casa editrice Rizzoli. Attualmente è il fondatore e l'art director dello studio Mucca. Si veda l'intervista dell'autrice a Matteo Bologna, via Skype, 14.04.2020, pp. 384-389.

l'etichetta indipendente Vox Pop fondata dal progettista e artista Giacomo Spazio[85], vincendo persino il premio Compasso d'oro nel 1991 per il progetto del marchio. Egli stesso afferma che per Vox Pop "progettavamo delle cose spingendole oltre le possibili potenzialità del computer. Graficamente erano influenzati dal lavoro di Oliver Vaughan realizzato in Inghilterra"[86].

Per quanto riguarda invece la grafica editoriale, seppure alcuni dei membri della 'generazione tecno-entusiasta' compiano dei tentativi di rinnovo del settore anche grazie all'introduzione della strumentazione digitale e alla crescente influenza dei linguaggi internazionali apportati in particolare da Neville Brody nell'editoria, restano comunque cambiamenti poco radicali. Infatti ciò che emerge principalmente dalle testimonianze di Carichini e Bologna è l'esigenza della nuova generazione milanese di svecchiare i linguaggi e di progettare le copertine dei libri e la veste grafica delle riviste con un aspetto più contemporaneo e più competitivo con lo scenario europeo; condizione che non si è venuta a creare.

Nello specifico Carichini si occupa negli anni Novanta della rivista *Gapcasa*, dedicata al design degli interni, o meglio è "una rivista che promulgava informazioni interne per le aziende, allora diretta da Tamara Molinari, ex vice direttore della rivista *Abitare*"[87], ricoprendo il ruolo di art director. Nel due anni in cui Carichini si occupa del progetto editoriale del periodico cerca di portare nella veste grafica completamente rinnovata la sua esperienza progettuale londinese. Così progetta ex novo la tipografia della testata, utilizzando una font dall'aspetto digitale e dai contorni leggermene sfuocati per comporre la parola 'gap', in copertina inserisce parole evocative dei contenuti del fascicolo componendole senza una griglia e sovrapponendole a immagini fotografiche elaborate con Photoshop. Per quanto riguarda il layout delle pagine interne si riconoscono le influenze dei lavori di Brody nei titoli orientati verticalmente, nei testi formattati seguendo il profilo degli oggetti presenti nella doppia pagina e nell'impiego di colori vividi, caratteristici sia della copertina sia dell'intero impaginato (▲ 10-11-12).

Analizzando invece i progetti editoriali di Bologna, nello specifico le copertine dei libri della casa editrice Rizzoli, si nota l'utilizzo di immagini eccessivamente modificate con Photoshop in cui il progettista predilige la solarizzazione del soggetto oppure l'ingrandimento di un dettaglio con la tipica sfumatura o effetto *blur* degli anni Novanta. All'immagine si sovrappone la tipografia che è formattata con spaziature esagerate e composta mescolando lettere maiuscole a quelle minuscole. Sebbene lo sforzo di rinnovare un settore molto tradizionale della grafica italiana, l'operazione di Bologna non avrà molto riscontro tra il pubblico. Al contrario una grande innovazione è attuata da Giacomo Callo[88], art director di Mondadori, nel progetto della collana *I miti poesia* a tal punto da essere menzionato nella rivista tedesca *Novum* nel 1997[89]. La novità introdotta da Callo risiede nell'aver introdotto un linguaggio più vicino al target giovanile svecchiando una collana editoriale spesso snobbata dal pubblico più giovane. Per questo progetto l'art director oltre a utilizzare una tipografia tipica della street art, quindi maggiormente materica con delle impurità nei pieni e dei contorni non ben definiti, dalle forme che riprendono il segno degli strumenti di tracciamento come gli evidenziatori o la bomboletta spray, usa soggetti fotografici appartenenti alla sfera quotidiana o all'immaginario statunitense della cultura della beat generation. In poche parole Callo assimila nel suo progetto alcune espressioni tipiche delle sottoculture e le istituzionalizza sulle copertine dei tascabili della Mondadori (▲ 13-14).

Questa operazione di rinnovo avrà un grande successo e consoliderà ulteriormente la fama di Callo di essere un abile progettista innovatore, ma anche a tratti un provocatore, soprattutto per le scelte progettuali talvolta non convenzionali introdotte nella casa editrice più commerciale d'Italia.

Il tracciamento della realtà milanese nell'arco di tempo indagato in questa ricerca termina con le esperienze finora menzionate, restituendo un panorama incompleto a causa di due principali ragioni: la prima dipende dalla scarsa o nulla disponibilità di alcuni progettisti; la seconda è strettamente connessa alla pandemia in corso che non ha permesso di realizzare taluni incontri. Nonostante questi impedimenti è stato comunque possibile tracciare un primo quadro delle vicende più significative che permettono di sviluppare alcune riflessioni sulle tematiche indagate

5.3 L'incidenza della committenza nella diffusione dei linguaggi sperimentali e digitali

Finora per ricostruire lo scenario della grafica italiana negli anni della rivoluzione digitale si sono indagate le ragioni della diffusione dei linguaggi più sperimentali e di rottura rispetto agli approcci più tradizionali soprattutto dal punto di vista sia generazionale, dove si assiste all'esistenza di due principali atteggiamenti, sia del contesto culturale in cui essi si sviluppano in rapporto all'area geografica di appartenenza. Adesso bisogna però da una parte accertare se tali ragioni siano connesse anche con la tipologia di committenza e dall'altra capire quale ruolo quest'ultima ha svolto nella ritardata digitalizzazione della professione della penisola italiana.

Per prima cosa a differenza degli anni Ottanta – che sono considerati la fine dell'onda del benessere economico del periodo precedente e dove si effettuano ancora gli investimenti nel settore della comunicazione da parte sia degli enti pubblici sia di quelli privati – gli anni Novanta si configurano come un periodo di grande crisi su diversi versanti *in primis* in quello economico che condiziona in modo importante tutto l'indotto della committenza industriale, influendo nello specifico nel settore della grafica dell'identità aziendale. Alla conseguente richiesta di produrre progetti a costi più bassi soprattutto in questo ambito, si aggiunge inoltre un ampliamento del numero dei competitori come risultato in parte della diffusione della strumentazione digitale, fenomeno che introduce "nel settore della grafica operatori preparati sul piano tecnico e nella gestione delle apparecchiature digitali ma insufficienti sul versante progettuale"[90]. Si assiste così in un primo momento a un rilevante abbassamento della qualità progettuale, infatti, secondo Matteo Bologna, soltanto a partire "dal 1997-98 in poi la grafica italiana ha ripreso a essere qualitativamente più alta, sono aumentati gli standard della qualità perché aveva a che fare con lo scenario internazionale"[91], constatazione riportata anche in altre testimonianze raccolte.

85 Giacomo Spazio (Milano, 1957) è un artista e progettista grafico che si occupa a partire dalla metà degli anni Settanta di street art. Figura eclettica il suo lavoro spazia dagli anni Ottanta in poi tra la musica, la letteratura e la grafica, contribuendo ad arricchire il panorama delle sottoculture italiane. Nel 1987 fonda sia la rivista *Vinile* sia l'etichetta indipendente Vox Pop.

86 Cfr. Intervista dell'autrice a Matteo Bologna, via Skype, 14.04.2020, p. 388.

87 Cfr. Intervista dell'autrice a Mauro Carichini, via Skype, 04.08.2020, p. 424.

88 Giacomo Callo (Livorno, 1964) è un progettista grafico italiano e storico art director della casa editrice Mondadori per la quale ha lavorato per circa diciassette anni. Si occupa soprattutto di grafica editoriale.

89 Si veda: Schaller, B., *Techno-cover for Horace: italian book design of a different kind*, in "Novum", 11, 1997, pp. 20-25.

90 Cfr. *Gli ultimi anni*, in Fioravanti, G. ..., p. 184.

91 Cfr. Intervista dell'autrice a Matteo Bologna..., p. 587.

Invece una riflessione sul processo di democratizzazione attuato dall'avvento della strumentazione digitale è riportata da Giorgio Camuffo che introduce la questione attraverso le seguenti parole: "il computer ha sicuramente reso democratico questo mestiere, in modo tale che tutti potessero maneggiare gli strumenti del graphic designer, ma ovviamente non tutti lo sapevano fare"[92].

Tralasciando la questione della democratizzazione della professione e il conseguente andamento della qualità dei progetti di quegli anni, l'aspetto sicuramente meno indagato è appunto la reazione della committenza all'avvento dei computer nella professione dei graphic designer e come si rapporta con i cambiamenti in atto.

Anche in questo caso appare evidente l'esistenza di un atteggiamento duplice che condiziona e indirizza la sperimentazione concessa dall'uso della strumentazione digitale in certi ambiti specifici piuttosto che in altri. Difatti dalla testimonianza del progettista Francesco Messina emerge chiaramente la dualità dei settori di mercato, riscontrata da lui maggiormente agli inizi degli anni Ottanta a Milano, dove esistono "due anime della grafica italiana, una più legata alla tradizione e l'altra più innovativa, perché la committenza industriale chiedeva alcune cose, mentre altri tipi di committenti, come quelli dell'ambito della discografia musicale, con cui ho iniziato a collaborare presto, chiedevano tutt'altro"[93].

Messina non è l'unico designer che riscontra questa divisione nel panorama del graphic design milanese, anche la progettista e critica della grafica Silvia Sfligiotti durante la realizzazione del volume *La grafica in Italia* coglie tale situazione, in particolare rammenda che:

> "avevo incontrato i ragazzi responsabili della grafica del progetto Link di Bologna e tutto l'*entourage* emiliano-romagnolo, quindi in quegli ambiti [del mercato rivolto ai giovani] avevo trovavo maggiore libertà espressiva. Non necessariamente nata appunto da una scelta esplicita, ma semplicemente dal fatto che si lavorava in un determinato ambito e quindi sì, in quel caso poteva essere una questione di committenza. Negli altri ambiti, comunque quello milanese, rimaneva di più la clientela aziendale con la quale era difficile proporre delle letture o soluzioni di sperimentazione estrema. Magari c'era un'alta attenzione alla comunicazione visiva, però era una maniera di progettare che incorporava alcuni elementi di novità senza mettere del tutto in crisi un sistema già collaudato"[94].

Inoltre un ulteriore aspetto significativo emerso nello specifico più nel secondo quinquennio degli anni Novanta, dove il digitale è maggiormente diffuso oramai sul territorio italiano, è che in quel periodo il graphic design, secondo Sinni, "nasce automaticamente da un amalgama di stili e da un colloquio diretto fra le emergenze sottoculturali e il mondo dell'imprenditoria"[95], quindi si riconosce evidentemente il ruolo delle sottoculture e di certi mercati all'avanguardia nella diffusione dei linguaggi più sperimentali. Tra gli ambiti individuati ci sono sicuramente quello musicale, come accennato da Messina, quello culturale e televisivo, quest'ultimo è il primo campo di sperimentazioni per ragioni legate non solo alla strumentazione innovativa impiegata già a partire dagli anni Ottanta – si veda il lavoro di Convertino –, ma anche agli investimenti economici delle emittenti televisive, soprattutto quelle private come la Fininvest.

L'altro settore che investe sempre più una maggiore attenzione agli aspetti della comunicazione, prediligendo linguaggi innovativi e digitali, è sicuramente quello dell'intrattenimento notturno, col tempo configuratosi come una vera e propria industria, attorno alla quale ruota un giro d'affari di notevoli proporzioni e che investe ampiamente diverse categorie che vanno dall'interior design all'illuminotecnica, dalla moda alla merceologia derivata, e ovviamente al graphic design. Negli anni indagati come già anticipato sia negli altri capitoli sia nei precedenti paragrafi questo fenomeno dilaga soprattutto in Emilia-Romagna, dove si cerca di essere molto competitivi con le realtà internazionali e di rispondere alle esigenze di un pubblico sempre più attento agli aspetti visivi[96].

Nel frattempo all'indotto della *club culture* si affianca anche quello dell'abbigliamento dei marchi dello *street wear* che anche in questo caso richiedono il supporto comunicativo ad alcune realtà progettuali emiliane tra i quali ci sono i progettisti Di Gioia, Manfredini e lo studio Loew Associati.

Come sostiene difatti Branzaglia, il graphic design non è nuovo a questo tipo di committenza, anzi ne è un esempio il lavoro dello Studio Plagio con la comunicazione del brand milanese Fiorucci. Ritornando agli anni Novanta e ai linguaggi sperimentali condotti dai grafici un caso significativo nel campo dell'editoria strettamente connessa all'ambiente dello *street wear* è la rivista *Cube* ideata nel 1990 dal duo de Mitri & Di Gioia a Modena, da subito intesa come "una sorta di palestra o spazio libero in cui potevamo esprimere al meglio noi stessi sia dal punto di vista della veste grafica sia dal punto di vista dei contenuti"[97]. Il duo di creativi modenesi ha la sua principale committenza proprio nell'ambito della moda lavorando fin da subito con grandi brand – tra i quali si annoverano Energie, Mandarina Duck, Nose Scarpe, Slam Jam e molti altri – che li spinge a ricercare un linguaggio contaminato non solo dai segni, dai vari contesti culturali, ma soprattutto dai media, situazione resa possibile dall'impiego della strumentazione digitale.

Il rovescio della medaglia della tecnologia digitale, secondo Piazza, è che rende possibile in quegli anni sperimentazioni linguistiche fini a se stesse, dove la ricerca spasmodica di espressioni visive innovative e sperimentali da parte della 'generazione tecno-entusiasta' non viene vista all'epoca come un approccio duraturo, ma un mero esercizio inteso come sfida verso la tradizione. In aggiunta tale ricerca spinge "la nuova grafica a non temere di porsi in atteggiamento debole nei confronti dell'industria e delle esigenze della comunicazione d'impresa, limitandosi a lavorare per nicchie, per quelli che considera gli *happy few* di un mercato che ha come presupposto quello di essere in sintonia con la sperimentazione del linguaggio. È per questo che le aree e le esperienze più significative hanno valore 'all'interno della grafica', e non per come comunicano messaggi"[98].

Sebbene la visione di Piazza sullo scenario della grafica italiana degli anni Novanta risulti essere critico, in parte rispecchia il sentimento sia di altri progettisti sia di altri settori industriali, come l'esempio dell'editoria, in cui si è faticato ad accettare la digitalizzazione dell'intera filiera, ovviamente con le dovute eccezioni.

Questo atteggiamento di chiusura si riscontra nelle testimonianze di Bologna e Sergio Polano, dove il primo per esperienza diretta racconta la fatica a far utilizzare i

92 Cfr. Intervista dell'autrice a Giorgio Camuffo, 30.05.2019, Venezia, p. 414.

93 Cfr. Intervista dell'autrice a Francesco Messina..., p. 509.

94 Cfr. Intervista dell'autrice a Silvia Sfligiotti, via Skype, 31.07.2019, p. 280-281.

95 Cfr. *Miti riti design del mondo giovanile: Gianni Sinni*, in "Ottagono", 123, 1997, p. 54.

96 Sul rapporto tra design e club culture si vedano: Manfredini, A., (a cura di), *Tribes scribes. Nocturnal design & graphics*, Modena: Happy Books, 1994; AA. VV., *Night fever. Designing club culture 1960-Today*, Vitra Design Stiftung: Weil am Rhein, 2018.

97 Cfr. Intervista dell'autrice a Patrizia Di Gioia..., p. 444.

98 Cfr. Piazza, M., *Effetti speciali. Progetto grafico: il tempo, l'informatica, la lettura*, in "Stileindustria", 5, 1996, p. 55.

nuovi strumenti digitali all'interno degli uffici grafici di alcune riviste milanesi per le quali lavora, reticenze ritrovate poi anche nella filiera di produzione della stampa. Di contro Polano si riferisce alle testate giornalistiche che conservano ancora una veste grafica tradizionale e obsoleta e riconosce un percorso di rinnovamento e di ridisegno solo laddove si è diffusa ed è accolta la digitalizzazione del graphic design, riportando l'esempio di Vincenzo Scarpellini[99], progettista scomparso prematuramente che ha progettato la veste grafica di *Extra*, settimanale del quotidiano *il manifesto*.

A partire da queste e da altre constatazioni appare sempre più evidente che il ritardo italiano nella diffusione dei computer non va individuato solamente nei timori dei grafici della vecchia guardia, ma anche in quelli dei fornitori e dei committenti, senza i quali la professione del graphic design non esisterebbe o comunque è impensabile non confrontarsi con questa parte della filiera dell'ambito progettuale. Ovviamente se anche un singolo segmento di questa catena non è pronto ad adeguare i propri processi con la tecnologia digitale, difficilmente si può divulgare la cultura digitale, riportando un esempio esemplificativo di Messina "se un progettista preparava un esecutivo digitale su un supporto e poi arrivato in tipografia non c'erano i dispositivi necessari, l'avanzamento tecnologico può anche essere andato avanti, ma un pezzo della catena di produzione no e quindi creava dei rallentamenti"[100]. Di conseguenza lo stesso esempio può essere riportato alla committenza, laddove il committente non è pronto ad accogliere nuovi linguaggi sperimentali si resta arretrati rispetto allo scenario internazionale e ancorati alla tradizione.

Quindi per concludere, sebbene il punto di vista dei clienti sia indagato parzialmente in questa ricerca – perché si è scelto di concentrare l'attenzione sulla prospettiva dei progettisti – si evince che la tipologia della committenza in certi casi contribuisce alla diffusione di certi linguaggi piuttosto che altri, avendo anche una ripercussione sull'intero contesto culturale e produttivo in cui risiedono. Laddove non è possibile un confronto o un'apertura mentale suoi nuovi linguaggi digitali si portano avanti approcci già collaudati in chiave contemporanea. Inoltre questo ulteriore punto di vista dell'intero ambito del graphic design restituisce l'ennesima conferma di uno scenario italiano fortemente frammentario dove non è possibile riconoscere un'unitarietà visiva nazionale.

5.4 La grafica digitale italiana vista dall'estero tra assenze e realtà complesse

Dopo aver ricostruito le principali vicende della grafica italiana degli ultimi due decenni del secolo scorso e aver individuato quali sono i principali protagonisti, divisi tra coloro che integrano i loro linguaggi con quelli digitali e quelli che ne adottano di nuovi attraverso l'uso del computer, pare altrettanto importante capire come viene recepito lo scenario nazionale nella produzione editoriale di settore estera di quegli anni.

Come ribadito più volte, la necessità di condurre questa ricerca deriva dall'evidente mancanza nella storia internazionale e nazionale di un'indagine approfondita delle realtà progettuali italiane in relazione all'avvento e alla diffusione del computer.

Soprattutto nell'editoria specializzata straniera emerge chiaramente l'assenza dei protagonisti italiani del periodo indagato, fatta eccezione per il lavoro dello studio Memphis, che però viene nello specifico storiograficamente associato più alle istanze del postmodernismo che non a quelle relative al graphic design della metà degli anni Ottanta entrato in contatto con l'uso del computer.

Inoltre la carenza dei progettisti grafici italiani – non sono gli unici a essere esclusi nella narrazione storica predominante, ma è un situazione riscontrata anche in tutte quelle aree geografiche considerate 'periferiche' –, sottolinea al contempo due aspetti fondamentali del grafica degli anni Ottanta e Novanta: il primo legato alla velocità di diffusione del computer e dei linguaggi innovativi in particolar modo nei Paesi economicamente e tecnologicamente più avanzati; il secondo connesso al perpetuarsi, sia al tempo in cui si sviluppa il fenomeno sia quando esso sarà storicizzato negli anni successivi a livello internazionale, di una visione anglocentrica[101] predominante nella storia del graphic design. Interpretazione diffusa fino a oggi che privilegia alcuni accadimenti tralasciandone altri peculiari delle nazioni 'periferiche' e che non tiene conto di uno sviluppo delle medesime trasformazioni tecnologiche e linguistiche in tempi successivi, ma innestate in culture e in contesti differenti.

Finora ciò che emerge del panorama italiano da un punto di vista interno è "la compresenza di artefatti comunicativi difformi, distanti, disomogenei"[102] e la pluralità di linguaggi visivi e approcci progettuali che sembrano condizionare la netta e immediata riconoscibilità geoculturale da parte degli esterni, forse effettivamente difficile da cogliere data la mancanza di un'unitarietà stilistica nazionale.

Dunque le pubblicazioni che includono esempi italiani legati alla grafica digitale sono esigue, se non si considerano i contributi presenti in alcune riviste di settore – approfondite nel prossimo paragrafo – che indagano la scena contemporanea in senso lato senza inquadrarle nella tematica della grafica digitale. Rispetto a questo filone d'indagine, invece, l'unico riscontro d'interesse verso l'Italia di quegli anni è riservato principalmente al nuovo ambito della tipografia digitale[103]. Infatti è possibile trovare traccia delle fonderie digitali e dei type designer italiani in ben due volumi, il primo è la raccolta *Emotional digital: a sourcebook of contemporary typographics* e il secondo è il libro curato da Rick Poynor, *Typography now two: the implosion*[104], e nella rivista britannica *Baseline*.

Partendo dall'articolo del periodico britannico *Baseline International typographics*

99 Vincenzo Scarpellini (Ascoli Piceno, 1965- San Paolo del Brasile, 2006) progettista grafico attivo nel campo della grafica per i quotidiani. Dopo aver incontrato Piergiorgio Maoloni, il grafico che ha rivoluzionato la vesta grafica delle maggiori testate italiane, dal 1989 fa parte della redazione de *il manifesto* come art director, seguendo nello specifico i supplementi settimanali.

100 Cfr. Intervista dell'autrice a Francesco Messina, p. 514.

101 Sull'argomento della riconsiderazione della storia del design da un punto di vista globale a uno locale si vedano: Huppatz, D. J., *Globalizing Design History and Global Design History*, in "Journal of Design History", vol. 28, n. 2, 2015, pp. 182-202. Disponibile online: https://academic-oup-com.proxy-auth3.iuav.it/jdh/article/28/2/182/389589; Lees-Maffei, G., Houze, R., *The design history reader*, Oxford & New York: Berg Publishers, 2010; Margolin, V., *A world history of design and the history of the world author*, in "Journal of Design history", vol. 18, 3, 2005, pp. 235-243. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/3527284; Margolin, V., Design in history, in "Design Issues", vol. 25, 2, 2009, 94-105. Disponibile online: https://direct.mit.edu/desi/article/25/2/94/68956/Design-in-History?searchresult=1; Triggs, T., *Design graphic design history*, in "Journal of Design history", vol. 22, 4, 2009, pp. 325-340. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/25653135

102 Cfr. Polano, S., *Sughi e sapori*, in Camuffo, G., (a cura di), *Grafici Italiani*, Venezia: Canal & Stamperia, 1996, p. 16.

103 Si vedano: AA. VV., *New Typography 2*, Tokyo: PIE Books, 1997; AA. VV., *Emotional digital: a sourcebook of contemporary typographics*, London: Thames & Hudson, 1999; Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography now two: the implosion*, London: Booth-Clibborn, 2000; *An A-Z of digital type foundries*, in "Baseline", 42, 2003, pp. 49-52.

104 All'interno di questo volume è riportato nell'apparato iconografico soltanto la copertina del numero uno del 1995 della rivista italiana *Climax*, ideata e progettata da progettisti Alessandro Jumbo Manfredini e Fabrizio Schiavi per la casa editrice modenese Happy Books.

magazine[105] all'interno del numero 42 del 2003 viene pubblicata la seconda parte del glossario sulle più significative fonderie digitali internazionali selezionate in base a criteri precisi, ovvero le realtà tipografiche devono occuparsi della filiera dall'inizio alla fine, quindi dal disegno fino alla sua distribuzione. Per tale ragione non sono presi in considerazione tutti quegli esempi di caratteri "personalizzati"[106], cioè disegnati per un determinato cliente e per una funzione.

In più, per una semplice coincidenza, alcune delle fonderie incluse in questo fascicolo – che vanno dalla lettera D alla F – vengono considerate dagli editori tra quelle pionieristiche rispetto alla rivoluzione digitale, tra le quali compaiono anche le due realtà italiane, la fonderia milanese Design Lab di Sebastiano Cossia Castiglioni e Jane Patterson e Fontology dei giovanissimi Alessio Leonardi e Fabrizio Schiavi.

Design Lab è descritta come una realtà che fin dall'inizio è capace di fornire font con un'ampia famiglia di caratteri, con una particolare attenzione anche alle legature speciali – in totale ne disegnano ventitré – e ad altri segni di interpunzione specifici. Tra i tipi disegnati più importanti si riportano gli esempi del tipo *Simona*, progettato da John Downer e Jane Patterson, e *Folk*, un alfabeto derivato dalle lettere del poeta Ben Shahn, disegnato da Maurizio Osti.

Inoltre, secondo gli autori del glossario, un'ulteriore peculiarità della fonderia milanese sta nell'aver commissionato progetti soprattutto a giovani type designer emergenti negli anni Novanta, invogliandoli a interessarsi nuovamente di questo ambito progettuale.

Diversa è l'esperienza di Fontology, fondata da Leonardi e Schiavi nel 1996, che nel testo è presentata come una realtà rispecchiante alcuni aspetti tipici delle piccole fonderie ideate in quegli anni. *In primis* è connotata da una struttura fluida che non prevede una vera e propria sede, perché i due type designer risiedono uno a Berlino e l'altro a Parma e il distributore è a Modena, e secondo si prefissano come obiettivo primario quello di costituire un iniziale punto di partenza per la rinascita della tipografia italiana, cercando di aprirsi a una visione più sperimentale e internazionale.

Sebbene queste due realtà siano passeggere nello scenario nazionale, data la loro breve durata, è significativo come da un lato riescano a suscitare interesse più a livello internazionale che non in quello locale e dall'altro vengano riconosciute all'estero come realtà fortemente innovative laddove c'è un appiattimento del settore da diversi anni. A loro bisogna comunque riconoscere il merito sia di provare a riportare l'attenzione sulla tipografia in Italia sia di dimostrare che grazie alle facilitazioni introdotte dal computer è possibile rinnovare un ambito così tradizionale e pieno di regole.

L'esperienza della fonderia Fontology e il lavoro individuale dei due fondatori sono riportati anche nel volume *Emotional digital: a sourcebook of contemporary typographics*, che si prefigge l'obiettivo di essere un'istantanea dello scenario della tipografia digitale contemporanea degli anni Novanta, presentando le fonderie e i type designer più sperimentali e innovatori.

In particolare nell'introduzione del volume si sottolineano alcuni fenomeni indotti dall'avvento del computer, da un lato la diffusione massiccia di caratteri e fonderie nuove e dall'altro l'accessibilità facilitata a questo ambito progettuale, inteso non più come esclusivo solo per i tecnici tipografici e i type designer, ma aperto a chiunque si occupi di progettazione grafica. Difatti, secondo gli autori del volume, questa rivoluzione si è diffusa al pari di "una rivolta marxista"[107], sovvertendo soprattutto le regole tradizionali della tipografia e affidando tale settore in mano a un gruppo di giovani progettisti che stanno fornendo nuovi modelli alla comunicazione visiva.

Approfondendo le poche pagine dedicate alla realtà italiana emerge principalmente l'atteggiamento critico di Leonardi e Schiavi nei confronti della tradizione tipografica italiana, da cui i due type designer comunque partono per cercare di innovarla senza però stravolgerla. Inoltre, per portare avanti questa operazione di svecchiamento da una parte rivolgono lo sguardo alla scena internazionale e dall'altra tentano di coinvolgere altri progettisti italiani con l'obiettivo di aprire lo scenario tipografico nazionale a una visione più globale e meno locale.

Per quanto riguarda invece le parti testuali dedicate singolarmente ai due type designer italiani, a parte un breve *excursus* sulle loro vicende professionali, non vengono approfondite né le loro visioni né gli approcci, fornendo così un contributo di tipo visivo, in cui le doppie pagine sono intese come una vetrina in cui promuovere i loro principali caratteri.

Oltre a queste concise testimonianze specifiche sulla tipografia digitale, non c'è alcuna altra traccia di progetti o progettisti italiani il cui apporto è considerato significativo per il rapporto tra grafica e computer in ulteriori pubblicazioni. Come anticipato all'inizio di questo paragrafo, il panorama italiano dei due ultimi decenni del Novecento è maggiormente indagato in alcuni periodici stranieri da un punto di vista generico come restituzione della situazione della grafica contemporanea.

5.4.1 I grafici italiani nelle riviste internazionali di settore

Come già anticipato, l'incidenza del panorama della grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta nello scenario internazionale è minima ed è difficile trovare adeguate e approfondite testimonianze sui progettisti nazionali nella stampa estera, lasciando un vuoto temporale sulle complesse vicende della penisola. Tuttavia è possibile trovare qualche traccia – come si è visto – in poche pubblicazioni e tra queste ci sono soprattutto alcune delle più importanti riviste straniere che ospitano nelle loro pagine articoli dedicati alla scena italiana dei quegli anni, restituendone un quadro generico e frammentario. Da questa analisi è evidente la mancanza di un linguaggio unitario che spesso rende difficile tracciare una storia unica, ma forse sta in questo l'unicità del panorama italiano. Quindi nello specifico si prendono in considerazione le seguenti testate storiche: la californiana *Emigre* (1986-1997), l'olandese *Affiche* (1993), la statunitense *Print magazine* (1993) e, per ultima, la tedesca *Novum – world of graphic design* (1997-2004).

5.4.1.1 Roberto Barazzuol nelle pagine di *Emigre* (1986-1997)

Partendo dalla rivista californiana *Emigre*, fra i progetti più iconici della grafica degli anni Ottanta e fra i primi campi di sperimentazione dei linguaggi espressivi introdotti dal computer, si trovano al suo interno pochissimi riferimenti ai progettisti grafici italiani e ai loro lavori.

Difatti dallo spoglio del periodico si rileva anche la presenza esigua delle testimonianze degli altri protagonisti della scena mediterranea, ad esempio ci sono pochi contributi dei graphic designer francesi o spagnoli o di chi proviene da altre aree geografiche minori. Laddove sono presenti ci si imbatte principalmente in apporti di tipo progettuale, in cui gli autori – per la maggior parte emigrati nelle coste della California

105 La rivista britannica *Baseline International typographics magazine* (1979-) si configura inizialmente come un veicolo per promuovere il disegno di nuovi caratteri tipografici, resi disponibili su licenza dai produttori delle principali tipografie. Per i primi dieci anni è pubblicata con cadenza annuale, ovvero un numero all'anno.

106 Cfr. An *A-Z of digital*..., p. 49.

107 Cfr. AA. VV., *Emotional*..., p. 8.

– mostrano il proprio lavoro, ma non forniscono alcun supporto critico al dibattito in atto.

L'unico contributo italiano è quello del designer Roberto Barazzuol, riportato nel numero 5 del 1986[108], un fascicolo dedicato appositamente alla scena artistica e progettuale dell'Italia e della Francia e pubblicato nel periodo in cui la rivista si configura ancora come uno spazio di aggregazione della comunità culturale internazionale emigrata nella città di San Francisco, senza essere specificatamente dedicata al mondo della grafica.

Come già accennato nelle pagine del primo capitolo di questa ricerca, Barazzuol trascorre un breve periodo negli nel Stati Uniti a partire dal 1982, quando si trasferisce oltreoceano per migliorare il suo inglese[109]. Inizialmente svolge qualche lavoretto qua e là, fino a intraprendere la strada come grafico freelance a San Francisco, dove viene in contatto con tutta la scena progettuale, artistica e culturale della centro urbano californiano. Tra le diverse conoscenze si imbatte anche in Rudy VanderLans e Zuzana Licko, fondatori della rivista *Emigre*, che lo coinvolgono in maniera collaterale nella pubblicazione dedicandogli appunto un articolo dopo aver visionato i alcuni suoi progetti nelle due testate talent scout della città, *FAD* e *FRANK*.
Le pagine dedicate al progettista italiano raccontano da una parte alcune sue vicende personali e dall'altra il suo approccio progettuale, che come scrive la redazione del periodico californiano "era riconoscibile dall'utilizzo di immagini spesso criptiche combinato con un uso sommesso e non tradizionale della tipografia"[110]. Inoltre nell'articolo viene elogiata la capacità di Barazzuol di riuscire a dar vita ai progetti anche senza l'uso di strumenti essenziali per progettare in quegli anni, come la reprocamera e una scrivania adeguatamente attrezzata. Contrariamente alle limitazioni in cui lui opera, il suo lavoro si basa sulle sperimentazioni con le carte colorate e la fotocopiatrice dell'azienda Xerox, impiegata in molti suoi progetti e nello specifico nei suoi disegni, in cui le trame sono ottenute dall'uso dell'immagine fotostatica elaborata più e più volte, restituendo un effetto di grezzo e di ruvidezza del segno stesso. Quindi principalmente Barazzuol elabora e riesce a trovare il suo linguaggio grazie a una serie di limitazioni tecniche che lo spingono a ingegnarsi in modo differente con strumenti di produzione a basso costo.

Un ulteriore aspetto evidenziato nel testo è la formazione del designer: dopo gli studi all'Accademia di Belle Arti di Venezia, riconosce la sua inadeguata educazione nell'ambito della grafica e della tipografia che all'epoca lo condiziona al punto da affermare che "sto ancora imparando a maneggiare la tipografia e a trattare con i tipografi". Nonostante le sue limitazioni, ancora una volta riesce comunque a dimostrare il suo interesse per il graphic design, ritenendosi fortemente influenzato nei suoi progetti dalla tradizione tipografica delle avanguardie europee degli anni Venti e Trenta e riuscendo a farsi largo nello scenario progettuale statunitense con lavori che spaziano dalla grafica editoriale all'identità coordinata. A partire da quest'ultimo ambito si occupa essenzialmente dell'immagine dei club musicali come Lights, DNA Lounge ed Extrem Exposure, dando vita a ciò che viene definito come "un progetto grafico così diverso e innovativo"[111] al pari di quello del giovane Tom Bonauro, altro progettista grafico notato dalla redazione di *Emigre*.

Barazzuol, che dal 1982 inizia la sua gavetta occupandosi dapprima di piccoli interventi, arriva a persino lavorare sempre come freelance per l'azienda d'abbigliamento Esprit, nota a livello internazionale per essere all'avanguardia nell'ambito del marketing e del graphic design. Difatti la società ideata a San Francisco è tra le prime compagnie del suo settore che attua il processo di digitalizzazione del suo dipartimento grafico, ricevendo alcuni computer *Macintosh* direttamente dall'azienda Apple, così come testimonia Barazzuol. Tra l'altro il progettista grafico ricorda bene come i primi computer arrivati nel dipartimento inizialmente non sono stati usati perché nessuno è stato capace di farlo, finché "dopo pochi mesi è spuntato un ragazzo in grado di utilizzarli, anche se non era un progettista"[112]. Dall'esperienza del designer italiano sono chiari due aspetti, che le prime esperienze col computer non sono altro che il tentativo di riprodurre delle scritte tipografiche e che il passaggio dall'analogico al digitale non è un cambio immediato e non rivoluziona subito il processo progettuale, bensì appare come una prassi di integrazione tra il lavoro prettamente manuale e quello digitale. Se nella rivista *Emigre* l'attenzione rivolta ai lavori di Barazzuol si limita a questo breve contributo e all'altro che fa capolino nel numero 13 del 1989 dedicato al tema dei "Cultural Stereotypes"[113], ciò che è evidente sono le relazioni che il progettista italiano crea con alcuni protagonisti della scena grafica statunitense appartenenti al movimento della grafica New Wave. Tanto da introdurre e guidare in questo scenario Giorgio Camuffo nella fase preparatoria alla mostra *Pacific Wave*, svoltasi a Venezia nel 1987.

Ritornando invece al secondo contributo di Barazzuol pubblicato nella rivista *Emigre*, lui come molti altri progettisti più noti, tra i tanti Tibor Kalman, Malcom Garret ed Erik Spiekermann, è invitato a progettare un nuovo e contemporaneo simbolo della nazione di provenienza, qualcosa che rappresenti al meglio il Paese d'origine. Il graphic designer italiano contribuisce con due fotografie che ricordano stilisticamente alcune immagini di Antonio Boggeri e di Lászó Moholy-Nagy. Nella prima è raffigurata, attraverso la doppia esposizione, una forchetta ripresa da due punti di vista differenti alla quale è accostata la lettera 'i' racchiusa in un cerchio, mentre la seconda rappresenta il volto di una statua di marmo in un'espressione di estasi a cui sono sovraimpressi da una parte i rebbi della posata e dall'altra la stessa identica 'i'[114].

Da questo suo ultimo intervento nella rivista californiana è chiaro che, seppure Barazzuol lavori nel contesto in cui si sviluppa il movimento della Pacif Wave, il suo approccio al progetto grafico ne risulta estraneo e resta maggiormente influenzato da una parte dall'illustrazione e dell'altra dalla tradizione grafica italiana.

Un ultimo sguardo ai progettisti italiani, questa volta nello specifico alla scena tipografica degli anni Novanta in cui si evidenzia meglio nel progetto il rapporto tra grafica e computer, è la pubblicazione del carattere digitale *Ottomat* di Claudio Piccinini[115], progettato nel 1995 e distribuito dalla stessa fonderia di *Emigre* a partire dal 1996. Nonostante l'attenzione della realtà californiana verso la tipografia digitale italiana, questa fugace apparizione di natura promozionale non aggiunge molto altro alla ricostruzione delle vicende italiane di quegli anni, se non che evidenzia un rinnovato interesse dei progettisti nazionali verso il disegno dei caratteri grazie all'avvento del computer.

108 Si veda: *Roberto Barazzuol. Disegno grafico,* in "Emigre", 5, 1986, pp. 21-23.

109 Intervista dell'autrice a Roberto Barazzuol, Udine 20.05.2019, pp. 374-381.

110 Cfr. *Roberto Barazzuol. Disegno grafico*, in "Emigre", 5, 1986, p. 21.

111 Ibidem.

112 Cfr. Intervista dell'autrice a Roberto Barazzuol, Udine 20.05.2019, p. 375.

113 VanderLans, R., *Intro*, in "Emigre", 13, 1989, p. 3.

114 Si veda: Barazzuol, R., *Italy*, in "Emigre", 13, 1989, pp. 28-29.

115 Claudio Piccinini (Modena, 1969) progetta nel 1995 disegna il carattere *Ottomat*, distribuito dalla fonderia statunitense Emigre. Il carattere è pubblicato per la prima volta nel numero 19 del 1997 della rivista *Emigre*.

5.4.1.2 Sergio Polano racconta lo scenario contemporaneo italiano nella testata olandese *Affiche* (1993)

Un interessante contributo di tipo completamente diverso rispetto a quello indagato nelle pagine della rivista californiana *Emigre* si trova nella pubblicazione olandese *Affiche* (1989-1996), incentrata soprattutto sull'indagine del manifesto a 360° inteso come l'artefatto più significativo della produzione grafica, che restituisce lo scenario della grafica italiana da un punto di vista storico mediante l'intervento dello storico della comunicazione visiva Sergio Polano.

La rivista olandese a partire dal numero 4 del 1992 decide di avvalersi della collaborazione dei più importanti critici, studiosi e progettisti del settore a livello internazionale – tra i molti, anche Steven Heller e Tibor Kalman – per restituire una panoramica più completa sulle tematiche relative al manifesto. A Polano viene affidata la parte inerente allo scenario grafico italiano in concomitanza con Gianfranco Torri.

La collaborazione della rivista il critico italiano inizia nel 1993 con l'articolo intitolato *Green White Red. A focus on Contemporary Italian Graphic Designers*[116], dove, partendo da una trattazione più ampia della storia della grafica italiana e includendo nella prima parte del testo una breve introduzione sulla stagione della grafica di Pubblica Utilità, si focalizza maggiormente sul nucleo centrale, ovvero l'indagine sui quattro studi più rappresentativi, secondo l'autore, dello scenario nazionale, che sono: Dolcini Associati, lo studio Graphiti, Camuffo Design e Tassinari/Vetta Associati.

Ma prima di introdurre la breve carrellata visiva delle quattro realtà della penisola, Polano restituisce un'interpretazione dello stato della grafica italiana dei due decenni Ottanta e Novanta poco entusiasta e positiva tanto da affermare che "la maggior parte di ciò che è stato fatto nell'ultimo decennio dagli studi grafici nelle principali città è moderatamente interessante, solitamente onesto e spesso professionalmente corretto, ma scarsamente innovativo e raramente sperimentale (ci sono poche eccezioni). Questo stato delle cose ha contribuito al rapido decadimento del design grafico italiano e alla perdita di prestigio internazionale"[117].

Secondo l'autore, le ragioni del disfacimento del graphic design nazionale dipendono essenzialmente da alcuni fattori facilmente individuabili, tra questi la tradizionale mancanza di cultura visiva e il conseguente sentimento di inadeguatezza nella progettazione grafica, l'assenza di corsi universitari formativi sulla disciplina e il ruolo non ben delineato delle associazioni professionali.

Sulle quattro realtà progettuali identificate da Polano come le più rappresentative e interessanti della realtà italiana contemporanea, facendo riferimento soprattutto all'arco temporale tra la fine degli Ottanta e i primissimo anni Novanta, l'autore non offre una dissertazione approfondita, ma soltanto un'esigua descrizione e dedica una doppia pagina con i lavori più esemplificativi ad ognuna di esse. Il critico si limita perciò a ricostruire brevemente la loro ideazione e i loro principali approcci al progetto grafico per motivarne la scelta.

Partendo dallo studio Dolcini Associati[118] di Pesaro Polano descrive il suo approccio attraverso l'analisi dei manifesti in cui riconosce "una forte semplificazione delle forme in simboli contemporanei grezzi, spesso contornati di nero, la predilezione per gli sfondi con le tinte piatte brillantemente scelte e la subordinazione funzionale del lettering: tutto questo mostra la propensione verso un vernacolo moderno"[119]. Affianco a tale tipo di approccio l'autore individua anche alcuni tentativi di distaccarsi dal linguaggio tipico del fondatore dello studio, Massimo Dolcini, a favore di una ricerca iconografica più sofisticata e una sperimentazione tipografica maggiore, contributo dei progettisti anagraficamente più giovani come Leonardo Sonnoli e Marco Tortoioli Ricci.

Invece per quanto riguarda lo studio fiorentino Graphiti, fondato da Andrea Rauch, Stefano Rovai e Walter Sardonini nel 1983, Polano riconosce *in primis* una caratteristica in comune tra questa realtà e quella pesarese, ovvero le loro origini ben radicate nella stagione della grafica di Pubblica Utilità, secondariamente riporta come l'approccio dello studio fiorentino rifletta i divergenti e molteplici linguaggi dei suoi fondatori. Da una parte è evidente l'espressione illustrativa e calligrafica della "mano autoindulgente"[120] di Rauch e dall'altra la predilezione di Rovai per il linguaggio fotografico evidenzia "la complessità della frammentazione dell'immagine, che si traduce in montaggi sincopati di foto e parole"[121].

Completamente differente da queste prime due realtà è Camuffo Design che si occupa nello specifico di corporate image e, come detto precedentemente in questo capitolo, attraverso la figura del suo fondatore, Giorgio Camuffo, veste i panni di promotore della cultura grafica attraverso l'organizzazione di eventi come la famosa mostra *Pacific Wave* del 1987 a Palazzo Fortuny a Venezia. Nonostante la rilevante produzione nell'ambito della corporate image, gli aspetti progettuali significativi che rileva Polano sono inerenti soprattutto al progetto dei manifesti, in cui l'autore dell'articolo riconosce due prevalenti peculiarità. La prima fa riferimento alla componente intuitiva e contemporanea che distingue i manifesti di Camuffo, ottenuta mediante la combinazione principale dei quattro colori di base della quadricromia, dove l'aspetto cromatico è evidente soprattutto nell'accostamento del fondo con segni visivi semplici; la seconda invece, secondo quanto scrive Polano, introduce "un elemento di freschezza emotiva, in cui il progettista esplora in modo curioso ed esilarante il linguaggio infantile e comico, creando un colorato gioco narrativo applicato al design al fine di trasmettere informazioni"[122].

Per ultima il critico italiano riporta l'esperienza e l'approccio dello studio triestino Tassinari/Vetta Associati, fondato nei primissimi anni Ottanta da Pierpaolo Vetta e Paolo Tassinari, i cui lavori spaziano dalla corporate image alla grafica editoriale fino all'exhibition design.

In questo caso Polano riconosce nei loro manifesti un chiaro richiamo alla cultura visiva delle avanguardie degli inizi del XX secolo, rivelando sia "un raffinato eclettismo costruttivo"[123] sia "una padronanza della percezione"[124]. L'approccio progettuale dello studio triestino riserva una particolare attenzione alla tipografia, trasformando le singole parole o lettere in oggetti autosufficienti pregni di forza visiva e semantica.

116 Polano, S., *Green White Red. A focus on Contemporary Italian Graphic Designers*, in "Affiche", 7, settembre 1993, pp. 26-35.

117 Cfr. Polano, S., *Red*..., p. 26.

118 Sergio Polano presenta soprattutto i lavori realizzati a partire dal 1989 e sottolinea il cambio di approccio avvenuto nel 1991 con la costituzione della nuova società, ovvero Dolcini Associati, dove lavorano alcuni dei più importanti esponenti della grafica del decennio successivo: Leonardo Sonnoli, Marco Tortoioli Ricci e Omar Vulpinari. Nell'elenco dei componenti dello studio compare anche la figura di Alessandra Morcella, che sarà importante soprattutto per la scena della comunicazione visiva dei club della riviera romagnola.

119 Cfr. Polano, S., *Red*..., p. 29.

120 Ivi, p. 30.

121 Ibidem.

122 Ivi, p. 33.

123 Ivi, p. 34.

124 Ibidem.

Dal punto di vista della ricostruzione delle vicende della grafica italiana in relazione al computer e ai linguaggi digitali il contributo di Polano non aggiunge nulla, sebbene questo restituisca parzialmente qual è lo stato della grafica italiana descrivendo specificatamente l'ambito del progetto dei manifesti. In realtà l'aspetto utile alle vicende di questa ricerca è la critica severa allo scenario nazionale nell'introduzione dell'articolo, in cui l'autore stesso delinea un'arretratezza rispetto a quello internazionale. A questo punto viene da chiedersi se Polano si riferisca anche al ritardo della diffusione del computer, dato che nel testo del 1993 non ne menziona l'avvento e rimarca come molti progettisti italiani "sembrano preoccuparsi semplicemente di applicare ciò che vedono accadere fuori dall'Italia"[125] sulle proprie commissioni.

5.4.1.3 *The Italian Issue* nella rivista *Print magazine* (1993)

Nel 1993 la rivista statunitense *Print magazine*[126] decide di dedicare un inserto speciale al graphic design italiano, affidando alla progettista e curatrice Paola Antonelli[127] la curatela del fascicolo.

Non è la prima volta che il periodico offre ai lettori un'indagine più approfondita degli scenari nazionali stranieri, già nel fascicolo di novembre/dicembre del 1987 viene affrontato il panorama brasiliano e nel corrispettivo numero autunnale del 1991 si approfondisce nello specifico la grafica olandese, quindi il volume speciale dedicato all'Italia si inserisce negli intenti dei curatori di scandagliare altre realtà progettuali significative al di fuori dello scenario statunitense.

Difatti l'interesse della testata per i panorami differenti si ritrova nelle parole della curatrice italiana, che all'inizio del suo editoriale racconta la necessità di doversi confrontare con il lavoro già fatto nei fascicoli appena citati da una parte per prendere spunto e dall'altra per delineare le tematiche da affrontare, rendendosi conto però che nessuno dei due esempi è calzante perché raccontano realtà e contesti completamente differenti da quelli italiani. Ad esempio la grafica dei Paesi Bassi riflette chiaramente il rapporto tra il governo e le pubbliche istituzioni e gli ambiti del progetto, evidenziando soprattutto l'interesse da parte delle prime due verso tutti gli aspetti della comunicazione visiva e comprendendone la rilevanza nella società.

Quindi Antonelli si trova davanti alla sfida di illustrare la cultura visiva di una nazione "la cui immagine pubblica è basata su generalizzazioni compiacenti, cliché e stereotipi"[128], partendo da alcuni presupposti evidenti dello scenario italiano, in cui da un lato si registra la mancanza di corsi di formazione specifici e dall'altro la scarsa conoscenza da parte della società del ruolo del progettista, spesso associato alla figura dell'illustratore o del tecnico della stampa, soprattutto al di fuori della città di Milano, storicamente identificata come il centro del design italiano. A queste prime considerazioni utili a capire come raccontare adeguatamente la realtà progettuale italiana nelle pagine di *Print magazine*, la curatrice aggiunge anche ulteriori riflessioni sugli atteggiamenti nazionali nei confronti della cultura del progetto. Questi nello specifico evidenziano che la maggior parte dei finanziamenti giungono da privati e soltanto in pochi casi la politica, intesa come pubblica amministrazione, si affida ai professionisti per la comunicazione dei servizi pubblici.

Perciò, tirate un po' le somme sulle caratteristiche più significative del contesto italiano senza ricadere in altri stereotipi sull'identità nazionale, l'autrice ritiene opportuno di non occuparsi esclusivamente dell'ambito del graphic design ma di includere anche tutto l'indotto collegato a questo settore, così inserisce nella narrazione l'architettura, il disegno industriale e la committenza.

A proposito della tradizione del design italiano la curatrice oltre a ricordare brevemente alcune figure significative del passato, come Edoardo Persico, Giulio Einaudi e Adriano Olivetti, e le loro straordinarie esperienze, rimarca come i fasti dei decenni precedenti contribuiscano alla costituzione di un fardello portato in spalle dalle nuove generazioni di progettisti, che in alcuni casi si ritrovano a essere bloccati nel confronto, in bilico tra una nuova reinterpretazione come continuità e una definitiva rottura.

A partire da tutte queste riflessioni, anticipate appunto nell'editoriale, alla fine la curatrice decide la sua linea narrativa e in particolare affida allo storico Philip B. Meggs[129] il compito di tracciare lo scenario della grafica contemporanea italiana dei primissimi anni Novanta, che articola il suo contributo partendo dallo stereotipo percepito all'estero: la convinzione che "Milano sia l'ombelico del design mondiale"[130].

L'articolo di Meggs dal titolo evocativo *Outside Milan: 998 other points of light*[131] principia da un modo di dire con cui si identifica l'Italia, ossia 'la nazione delle 999 città' per introdurre lo scenario frammentario della penisola italiana, costituita sia da una ricchezza culturale complessiva sia da una diversità etnica soprattutto a livello regionale. L'autore utilizza questo preambolo per smontare appunto lo stereotipo o la convinzione che hanno gli estranei a questo settore sulla città di Milano come il fulcro del design italiano.

Al di fuori della città milanese Meggs individua una costellazione di realtà progettuali sparse lungo tutto il territorio che appaiono come piccoli e fervidi centri di creatività ed eccentricità soprattutto negli approcci sviluppati, in cui lo storico riconosce maggiormente l'influenza degli scenari stranieri come quelli della Pacific Wave, la grafica californiana, o il linguaggio dello studio parigino Grapus, entrambi lontani dal cosiddetto stile milanese della grafica. Secondo lo storico statunitense, lo sviluppo di queste differenti realtà è da imputare in parte alla diffusione del computer che ha influenzato l'uso di certi elementi piuttosto che altri, riscontrati nei progetti esaminati dall'autore stesso, per esempio la stratificazione dei livelli di costruzione e la decostruzione della gabbia. Dall'articolo si evince fin da subito che l'autore non si prefigge di individuare un tema unificatore per collegare i progettisti italiani, perché la ritiene un'impresa impossibile data la complessità dello scenario, bensì preferisce narrare questa storia sottolineando le peculiarità dei singoli individui incontrati lungo il suo viaggio. Attraversando l'Italia Meggs parte dalla città di Torino fino a raggiungere Matera, cercando di restituire un quadro più completo possibile.

Quindi per mettere a fuoco il suo viaggio le principali città che tocca sono Torino, Treviso, Venezia, Modena, Firenze, Roma, Napoli, Altamura, Matera, nelle quali individua

125 Op. cit. Polano, S., *Red*..., p. 29.

126 *Print magazine* (1940-2017) è una testata storica statunitense, pubblicata per la prima volta con il titolo *Print*, *A Quarterly Journal of the Graphic Arts*. È fondata da William Edwin Rudge con l'intento di far comprendere a un pubblico più ampio l'importanza e la vastità degli ambiti di impiego del graphic design.

127 Paola Antonelli (Sassari, 1963) è un'architetto e curatrice, inserita nella lista delle cento persone più influenti del mondo della cultura visiva dalla rivista *Art Review*. Dal 2007 è la senior curator del Dipartimento di Architettura e Design del MoMa di New York.

128 Cfr. Antonelli, P., *The Italian Issue*, in "Print magazine", vol. 57, 6, 1993, p. 22.

129 Philip B. Meggs (Florence, Carolina del Sud, 1942-Richmond, Virginia, 2002) è considerato uno dei più importanti storici del graphic design a livello mondiale. È stato il primo storico a restituire una panoramica completa della grafica fino alla fine del XX secolo, ritenendo che questa disciplina dovesse essere autonoma dalla storia dell'arte e avere un proprio campo d'indagine con precisi requisiti e metodologie.

130 Cfr. Antonelli, P., *The Italian*..., p. 24.

131 Meggs, P. B., *Outside Milan: 998 other points of Light*, in "Print", vol. 47, 6, 1993, pp. 126-139, pp. 158-159.

uno o più graphic designer significativi cercando di raccontare un minimo il contesto in cui operano: Gianfranco Torri, Franco Giacometti, Roberto Barazzuol, Giorgio Camuffo, Elisabetta Ognibene, lo studio Graphiti, Alfredo De Santis, Mario Cresci, Nino Perrone.

Tralasciando le figure di Torri e De Santis, sui quali Meggs restituisce una minima descrizione, l'autore cerca di approfondire non solo il contesto, ma anche l'approccio progettuale dei grafici individuati. Infatti a partire da Giacometti e Barazzuol, riconosce nel primo la capacità di riflettere nel proprio lavoro le influenze multidisciplinari ricevute sia dall'architettura sia dall'arte, facendole confluire in un linguaggio grafico pulito che può ricondursi in un certo modo a quello internazionale dell'*International Style*, soprattutto nei progetti realizzati per l'azienda d'abbigliamento Benetton. Di contro i lavori del secondo progettista veneto rispecchiano la sua esperienza californiana nei primissimi anni Ottanta, un mix tra reinterpretazione della tradizione grafica italiana e ripresa di alcuni elementi grafici della Pacific Wave. I lavori di Barazzuol, secondo Meggs, sono un punto di incontro tra il rigore tipografico e l'uso di colori vividi e l'illustrazione, dai quali traspare soprattutto la predilezione del lavoro in analogico.

Restando ancora nella parte orientale del nord Italia lo storico statunitense incontra Camuffo che più della figura di Barazzuol è interessato alla scena progettuale californiana dalla quale prende in prestito alcuni elementi progettuali e li rielabora dando vita al suo personale linguaggio molto colorato e ironico. Meggs attraverso l'esperienza di Camuffo cerca anche di capire quali sono le ragioni che spingono un giovane progettista a restare e lavorare fuori dalla realtà milanese e dalla risposta del grafico veneziano emerge che in quegli anni a Venezia "ci sono meno progettisti, meno concorrenza e molti più eventi culturali rispetto a Milano"[132].

Successivamente l'analisi dell'articolo si sposta nella città di Modena all'epoca, come riporta l'autore, è una delle città italiane con il più alto reddito pro capite e dove si trova la progettista Elisabetta Ognibene, fortemente influenzata dal contesto cittadino in cui opera. Lo scenario culturale modenese è fortemente permeato dalla presenza del Partito Comunista e dalle varie realtà di associazionismo che orbitano attorno alla scena politica cittadina, difatti questo ambiente politico e sociale costituisce una larga fetta della committenza della progettista. Molti dei progetti realizzati, soprattutto quelli nell'ambito della grafica per l'ambiente, rispecchiano la complessità sia della committenza pubblica sia del target al quale sono rivolti gli eventi da promuovere. Perciò Meggs riconosce alla graphic designer la grande capacità di saper adattare il suo lavoro ai più svariati supporti che variano da quelli di piccolo formato e cartacei ai display urbani di grandi dimensioni. Inoltre, guardando più da vicino i suoi progetti, lo storico statunitense rileva una scelta precisa dei codici che la identificano "come parte di una nuova generazione di professionisti che evitano l'uso di regole grammaticali visive prestabilite a favore dell'interpretazione e dell'ascolto dei messaggi inviati loro dalla realtà"[133], approccio che trasforma questi professionisti in 'operatori culturali' al posto di semplici "manipolatori dell'immagine"[134].

Gli elementi grafici di Ognibene sono segni pregni di messaggi diretti e coinvolgenti di idee sociali e politiche, che attingono a un ampio vocabolario vernacolare e che spesso si riferiscono a immagini della cultura popolare.

Per quanto riguarda invece l'approccio dello studio Graphiti di Firenze Meggs riconosce nel loro lavoro distinti influssi del linguaggio illustrativo del progettista statunitense Milton Glaser e dei parigini Grapus e sono gli unici progettisti che riconduce alla stagione della grafica di Pubblica Utilità. Secondo l'autore dell'articolo, la realtà industriale di Firenze, tagliata fuori dall'indotto della grande industria, condiziona evidentemente il lavoro dello studio Graphiti indirizzandolo verso la committenza culturale molto fiorente nell'area toscana.

L'attenzione ai contenuti sociali e il ruolo comunitario del progettista attivo nella collettività non sono le uniche e significative caratteristiche dei progetti di Andrea Rauche e Stefano Rovai, anzi, secondo Meggs, il loro lavoro evidenzia la disponibilità a sperimentare immagini e tecniche poco impiegate nel graphic design. A volte realizzano complesse composizioni spingendole al limite del caos, riuscendo comunque a conservare l'efficacia della comunicazione attraverso l'uso bilanciato di sottili gerarchie visive. Ma ciò che maggiormente impressiona Meggs è il calore umano che emerge dal disegno e dalla sua gestualità, "sensazione assente in gran parte della progettazione grafica contemporanea provocata dall'impiego del computer"[135].

Infine il viaggio di Meggs si conclude nel sud Italia raccontando le esperienze degli ultimi due grafici operativi principalmente nella zona di Matera e di Altamura – paese in provincia di Bari –, Mario Cresci[136] e Nino Perrone[137], accomunati dagli approcci progettuali basati sugli aspetti culturali e le tradizioni delle regioni in cui lavorano. Nei loro progetti grafici si conserva e si definisce in modo impressionante il vernacolo della cultura visiva della comunità locale.

Nello specifico la carriera di Cresci non è avviata nella città di Matera, ma tra Milano, Roma e Parigi, finché il progettista si avvicina alla città lucana dopo la sua prima esperienza come famoso fotografo nei primi anni Settanta. L'intento del reportage fotografico di Cresci è quello di "catturare lo spirito dell'Italia meridionale: i contadini che lavorano duramente nei loro ambienti rurali; le tradizioni e i costumi che caratterizzano la vita della regione da secoli; le forme visive naturali scoperte nel paesaggio, negli artefatti artigianali e nell'architettura locale"[138]. Dopo questo sua prima fase di avvicinamento al capoluogo lucano Cresci viene incaricato di progettare sempre più le identità delle piccole realtà artigianali e industriali che connotano lo scenario del Mezzogiorno, fino ad occuparsi dell'identità del Comune di Matera e della promozione di eventi civici e culturali attraverso un'ampia produzione di manifesti e materiali informativi. Gli artefatti più notevoli del lavoro di Cresci per Matera sono indubbiamente i manifesti, in cui Meggs ritrova la forza espressiva dell'illustrazione utilizzata dai fiorentini Rauch e Rovai. Infatti lo storico statunitense nota come sono presenti segni manuali afferenti alla scrittura, combinati con immagini elaborate tramite la fotocopiatrice; spesso segni e simboli raffiguranti simboli della cultura visiva locale rivisitati in chiave contemporanea.

Per ultimo Meggs riporta la vicenda di Perrone, inquadrando i suoi primi lavori nella grafica *self-initiated* – in italiano il termine è tradotto con autoprodotta –, molti dei quali sono direttamente collegati alla conservazione delle tradizioni culturali e allo sviluppo dell'economia della regione, per esempio quello in collaborazione con l'amministrazione

132 Ivi, p. 130.

133 Ivi, p. 135.

134 Ibidem.

135 Ivi, p. 138.

136 Mario Cresci (Chiavari GE, 1942) è un fotografo e progettista italiano, famoso per la sua concezione 'operativa' e globale del linguaggio fotografico, inteso come strumento per indagare la realtà più che produrre immagini fini a se stesse. Sono noti soprattutto i reportage realizzati nel corso di ripetuti soggiorni in Basilicata tra la fine degli anni Sessanta e i primi Ottanta.

137 Nino Perrone (Altamura BA, 1960) è un progettista grafico formatosi all'ISIA di Urbino ed è stato art director per pochi anni dell'agenzia milanese MID. Successivamente ritorna ad Altamura dove istituisce oltre al proprio studio, anche il Centro Studi Torre di Nebbia, progetto teso alla sensibilizzazione e al riconoscimento del patrimonio antropico e ambientale dell'area territoriale dell'Alta Murgia barese.

138 Cfr. Meggs, P. B., *Outside*..., p. 158.

comunale di Altamura per cui progetta il sistema di segnaletica stradale e la campagna promozionale. A differenza degli altri graphic designer riportati nell'articolo di *Print magazine*, in questo caso Meggs è più incuriosito dalle dinamiche che spingono Perrone a ritornare in Puglia dopo aver lavorato per quasi sei anni a Milano per una grande agenzia di comunicazione. La testimonianza del progettista evidenzia soprattutto le differenze riscontrate tra l'esperienza milanese e quella pugliese e come queste influenzano in modo significativo il suo approccio al graphic design. Inoltre individua i tre principali inconvenienti nello svolgimento della professione nel meridione, restituendo una documentazione inedita dello scenario italiano. Il primo svantaggio è quello di lavorare spesso per clienti che non comprendono il ruolo e il significato della grafica, questo significa che prima di iniziare un progetto c'è la necessità di istruirli e persuaderli della validità della comunicazione visiva. Il secondo problema risiede nelle limitazioni delle possibilità economiche della committenza, che costringono Perrone a chiedere un compenso più basso e a cercare di produrre un buon progetto con pochi mezzi, anche se come riporta Meggs per il grafico pugliese "questo è non è un grosso problema perché pensa che si possa realizzare una buona comunicazione anche con le risorse limitate"[139], riportando come esempio alcuni suoi lavori. Infine il terzo svantaggio riguarda l'isolamento, intesa come una condizione in cui c'è da una parte la privazione di costanti stimoli visivi caratteristici di una grande città qual è Milano, e dall'altra una solitudine individuale che spinge ad essere più riflessivi.
A conclusione del suo articolo Meggs non tira le somme di quanto indagato e non ricerca alcuna spiegazione sulle possibili cause della fiorente scena progettuale periferica italiana, ma si limita soltanto a essere spettatore di questo fenomeno e a riportare gli esempi di certi graphic designer che sono riusciti a costruire una pratica professionale e un personale visione del graphic design al di fuori dal centro milanese. Secondo Meggs, è "la loro incredibile diversità a suggerire che l'Italia resta 'la nazione delle 999 città'"[140].

Eccezione fatta per il numero speciale sull'Italia del 1993 che restituisce un contributo più o meno articolato sullo scenario italiano presente, nella rivista *Print magazine* non ci sono altri articoli così approfonditi sulle nazioni europee. Tuttavia, a partire dal 1996, al posto dei fascicoli speciali viene istituita una rassegna annuale, intitolata *European Design annual* e firmata da Tim Rich[141], che monitora sommariamente il panorama del graphic design europeo attraverso un resoconto esclusivamente visivo e che appare come una vera e propria vetrina promozionale per tutti i progettisti europei. Difatti all'interno della rassegna europea trovano spazio le doppie pagine dedicate all'Italia con le immagini relative a diversi progettisti e una breve didascalia di riferimento.

5.4.1.4 La grafica italiana nelle pagine di *Novum – world of graphic design* (1997-2003)

Un'altra rivista europea, questa volta tedesca, che dà voce soprattutto ai protagonisti meno indagati della scena grafica italiana è *Novum – world of graphic design* (1924-), pubblicazione dal carattere internazionale che presenta il meglio della comunicazione visiva contemporanea, dell'illustrazione e della fotografia ed è fondata con il nome di *Gebrauchsgraphik* a Berlino. A partire dal 1996 il periodico affida gli articoli sul graphic design della penisola alla giornalista e progettista Susanne Schaller come

139 Ivi, p. 159.

140 Ibidem.

141 Tim Rich è un esperto della comunicazione ed è stato il curatore della rassegna sulla scena progettuale europea della rivista *Print magazine*. Continua tuttora a scrivere per diverse testate di settore.

corrispondente estera, data la sua permanenza a Roma e la sua collaborazione con il Goethe-Institut Italien[142] nella sede della capitale.
Il primo articolo dedicato alla scena italiana indaga nello specifico l'innovativa collana editoriale *I miti poesia* della casa editrice Mondadori progettata dal graphic designer e art director Giacomo Callo. Il contributo della Schaller, intitolato *Techno-cover for Horace: Italian book design of a different kind*[143], racconta quali sono le scelte progettuali introdotte da Callo e dal suo team per avvicinare i giovani lettori alla lettura della poesia. Per prima cosa l'art director rinnova la veste grafica, riducendo il formato e rendendolo tascabile grande quanto un cd rom, e contemporaneamente la casa editrice decide di introdurre nuovi canali di vendita nei grandi supermercati e negli autogrill per raggiungere maggiormente l'obiettivo prefissato.

Oltre al ridimensionamento delle dimensioni del libro il lavoro di Callo, considerato dalla Schaller una "svolta per gli amanti dei libri"[144], reinterpreta in chiave contemporanea la copertina dei classici della poesia, impiegando tra gli espedienti visivi *in primis* i titoli composti da caratteri moderni trattati con la vernice uv che, come sostiene Callo nell'articolo, riprendono chiaramente i linguaggi tipografici di David Carson. Secondariamente il progettista sceglie di utilizzare l'elemento fotografico in bianco e nero, che ritrae un oggetto oppure un soggetto estrapolato da una immagine più complessa. La scelta di combinare tipografia e immagine in questo modo permette a Callo e al suo team di svecchiare una collana poco attraente per una fascia di consumatori giovani e di compiere una "piccola rivoluzione"[145] all'interno delle politiche aziendali della Mondadori.

Bisogna aspettare due anni per trovare di nuovo un contributo della Schaller sulla grafica italiana che, a differenza del precedente e dei successivi – che saranno trattati a breve –, riporta le esperienze di una realtà progettuale già collaudata come quella dello studio Tapiro.

Difatti l'articolo rientra nello specifico nella rassegna nominata *Showroom*, dedicata allo scenario della grafica europea. L'autrice ricostruisce per sommi capi i principali committenti dello studio veneziano, individuati soprattutto nell'ambito della pubblica amministrazione e dei beni artistici e culturali, e si sofferma in particolare sulla campagna realizzata dallo studio Tapiro per il centenario della Biennale di Venezia nel 1995 fornendone una precisa descrizione.

Il contributo della Schaller, intitolato *Tapiro*[146], pone l'attenzione per la prima volta su un lavoro di Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung realizzato con il computer, tralasciando quindi gli aspetti del loro linguaggio illustrativo con il quale fino ad allora sono identificati. I progettisti veneziani ideano una campagna che prevede una serie di poster connotati da uno sfondo nero o dai toni scuri sul quale è sovrapposto il simbolo dell'intera rassegna, ovvero il Leone d'oro, elaborato digitalmente e raffigurato con trame differenti per restituire nei manifesti, in certi casi, una sensazione di movimento e in altri l'impressione della riflessione su una superficie d'acqua. In aggiunta lo sfondo scuro oltre a fungere da elemento di unificazione tra tutta la serie, serve per una maggiore leggibilità della parte testuale.

142 Il Goethe-Institut Italien è l'Istituto Culturale della Repubblica Federale della Germania che promuove la conoscenza della lingua e della cultura tedesca. È presente in diverse città italiane.

143 Schaller, B., *Techno-cover for Horace: italian book design of a different kind*, in "Novum", 11, 1997, pp. 20-25.

144 Ivi, p. 20.

145 Ivi, p. 25.

146 Schaller, S., *Tapiro*, in "Novum", 5, 1999, pp. 49-55.

Dall'articolo della Schaller emerge la descrizione dello studio simile a una "bottega artigianale"[147], dove i progettisti "studiano, sperimentano e ricercano soluzioni visive"[148] dove queste ultime spesso sono il risultato dell'intreccio di fotografie, schizzi, disegni e immagine modificate con il computer.

Dopo lo studio Tapiro nel numero successivo della rivista *Novum* viene affrontato lo studio milanese Vitamina[149], il cui claim recita "Il lavoro democratico di squadra tira fuori il meglio dell'energia creativa"[150]. Dal testo della Schaller è evidente la volontà della realtà progettuale milanese di introdurre nella scena grafica italiana ciò che all'estero stanno portando avanti progettisti come Scott Makela e lo studio Tomato.
Attenti alla cultura visiva a 360° il contributo riportato dal periodico tedesco sottolinea soprattutto il tipo di committenza con la quale lavorano per comprendere meglio la freschezza dei loro linguaggi e l'attenzione alle sottoculture artistiche e musicali. Infatti progetti dello studio Vitamina sono realizzati principalmente nell'ambito della moda, della musica, dell'arte e dei media televisivi.

Restando nell'area milanese la Schaller affronta altri due realtà progettuali: lo studio Limbo, attraverso la figura del progettista Mauro Carichini, e lo studio FM.

Per quanto riguarda il lavoro del primo l'autrice introduce lo scenario grafico italiano nel quale Carichini lavora scrivendo "dopo il mare calmo, le tendenze internazionali e le nuove tecnologie stanno portando vento fresco nelle vele della creatività italiana. Tra gli skipper di questa nuova generazione di designer c'è Mauro Carichini e lo studio Limbo"[151]. Infatti, secondo l'autrice, il progettista si inserisce in quella generazione di nuovi graphic designer italiani che stanno cambiando il panorama nazionale a partire sia dai diversi approcci sia dai differenti linguaggi, frutto dell'integrazione della strumentazione digitale nella progettazione.

Lo studio Limbo, costituito da Carichini e dai suoi soci Stefano Domizi e Deborah di Leo, si occupa principalmente di grafica editoriale, collaborando con le più famose testate degli editori Class Edition, Mondadori e Rizzoli. L'articolo riporta anche la visione di Carichini sulla buona riuscita di un progetto di comunicazione che a suo avviso scaturisce da "un perfetto accordo e coordinamento tra il cliente e il designer, perché più è precisa la definizione dell'obiettivo, più efficace è il risultato"[152].

Inoltre si approfondiscono i linguaggi visivi caratteristici dello studio Limbo che, secondo l'autrice, sono facilmente riconoscibili sia nei progetti dei manifesti sia nelle doppie pagine delle riviste, restituendo visivamente "movimenti video, impulsi digitali e le realtà sintetiche attraverso l'elaborazione di segni grafici e sfondi [e] dando vita a immagini a più livelli"[153]. Infine la Schaller pone l'attenzione sull'altro interesse di Carichini, ovvero la tipografia, riportando come esempio due progetti relativi al disegno dei caratteri, il *BioPlasm* e il *Baby Mine*, entrambi presenti nei cataloghi delle fonderie digitali T-26 e Linotype.

147 Cfr. Schaller, S., T*apiro*..., p. 51.

148 Ibidem.

149 Lo studio Vitamina è fondato a Milano dai gemelli Aldo e Giorgio Buscalferri e Massimo Pitis nel 1995.

150 Cfr. Schaller, S., *Vitamina*, in "Novum", 6, 1999, p. 75.

151 Cfr. Schaller, S., *Mauro Carichini/Studio Limbo*, in "Novum", 5, 2000, p. 22.

152 Ivi, p. 28.

153 Ivi, p. 29.

Invece per quanto riguarda lo studio FM[154] l'autrice, oltre a indicare i principali committenti – tra i quali si trovano diverse aziende italiane importanti come Alessi, Olivetti, Mandarina Duck e molte altre –, cerca di cogliere specificatamente la sua visione del graphic design fortemente influenzato dall'esperienza di entrambi i fondatori nello studio Sottsass Associati. Infatti, secondo quanto afferma Sergio Menichelli la "comunicazione visiva non è un esercizio di stile. Per prima cosa la nostra grafica non è soltanto un segno visivo, ma qualcosa di più concettuale, ragion per cui lavoriamo in diversi ambiti dalle forme differenti"[155]. A questa prima considerazione il progettista aggiunge un ulteriore aspetto del loro approccio progettuale, ovvero la necessità di progettare artefatti comunicativi comprensibili e complessi che vanno in opposizione all'istantaneità della comunicazione web sempre più diffusa negli anni Novanta.

Ultima componente individuata dall'autrice è l'impegno come redattore per la rubrica *Lettera* nella rivista *Abitare*, che si prefigge di indagare lo scenario della grafica contemporanea italiana.

I successivi articoli sul graphic design presenti nella rivista *Novum* sono dedicati allo studio fiorentino LCD Graphics, sotto forma di intervista, e a due progettisti collocati nella riviera romagnola, Alessandra Morcella e Stefano Tonti, che lavorano rispettivamente l'una nel settore della grafica per l'intrattenimento notturno e l'altro per la promozione delle istituzioni artistiche e culturali.

Partendo dal contributo di Gianni Sinni – uno dei due fondatori dello studio LCD Graphis – l'autrice sceglie di inserirlo nella rubrica *Showroom*, poiché fra i primi ad aver affrontato progetti nell'ambito del web design con il progetto di *Tlön*, la prima webzine sulla grafica italiana, e della comunicazione multimediale. Nelle breve intervista riportata nel periodico si ripercorrono le tappe dello studio attraverso i principali progetti realizzati, partendo dal lavoro editoriale di *Westuff* per Emporio Armani fino ad arrivare alla progettazione di siti per istituzioni pubbliche e private.

Inoltre dall'articolo emerge, anche in questo caso, la visione del graphic design di LCD Graphis, un'idea della progettazione pregna di "responsabilità sociale e politica"[156] verso la committenza e gli utenti, attenendosi alla filosofia lavorativa che implica una sana e critica distanza da ciò che intende la progettazione come un'attività prettamente alla moda e priva di principi.

Alessandra Morcella viene invece presentata come colei che attraverso i suoi flyer "sublimi, erotici e misteriosi stuzzicano l'appetito degli avventori delle discoteche di Rimini, Riccione e dintorni"[157]. Nell'articolo alla progettista italiana viene riconosciuto il merito di aver lavorato per diverso tempo per le più importanti discoteche della riviera romagnola dando vita a un immaginario inedito per quegli anni mediante l'uso di segni tipografici che diventano essi stessi codici o immagini.

Nei progetti della Morcella l'autrice riconosce da una parte l'influenza di alcuni grafici statunitensi come Milton Glaser, Paul Rand e Lester Beall, e dall'altra l'aspetto ironico del suo maestro Massimo Dolcini, con il quale ha lavorato per circa sei anni. Anche se, a ben guardare, i suoi progetti interamente realizzati con il computer si allontanano sia dal linguaggio illustrativo dei suoi maestri sia dall'estetica digitale dilagante negli anni Novanta, prediligendo soprattutto l'uso di immagini fotografiche e

154 Lo studio FM è uno studio di comunicazione visiva fondato nel 1996 da Barbara Forni e Sergio Menichelli, conosciutisi all'interno dello studio Sottsass Associati.

155 Cfr. Schaller, S., *FM*, in "Novum", 5, 2001, p. 20.

156 Cfr. Schaller, S., *LCD Graphics*, in "Novum", 9, 1999, p. 18.

157 Cfr. Schaller, S., *Alessandra Morcella*, in "Novum", 8, 2000, p. 71.

della tipografia.

Ad accomunare il lavoro della Morcella con quello dell'ultimo progettista indagato nella rivista *Novum* utile alla trattazione di questa ricerca, Stefano Tonti, è il motto "Meno è più divertente". Agli occhi della Schaller i lavori di entrambi i progettisti sembrano accomunati non solo dall'essenzialità della composizione degli elementi, ma anche dall'ironia con la quale affrontano il processo progettuale. Sebbene il contributo su Tonti sia esiguo e non restituisca un adeguato approfondimento di questo progettista, a parlare ci pensano le immagini dei suoi lavori a corredo del testo.

Con quest'ultimo graphic designer si conclude l'apporto della rivista tedesca *Novum* all'individuazione della scena grafica italiana soprattutto dell'ultimo decennio del Novecento. Nonostante i contributi scritti da Schaller siano brevi e a volte poco approfonditi, permettono comunque di inquadrare chi sono i protagonisti attivi e più interessanti nel territorio nazionale e qual è la direzione che si sta prendendo verso la fine del secolo scorso: operazione di osservazione svolta attraverso lo sguardo della stampa di settore estera.

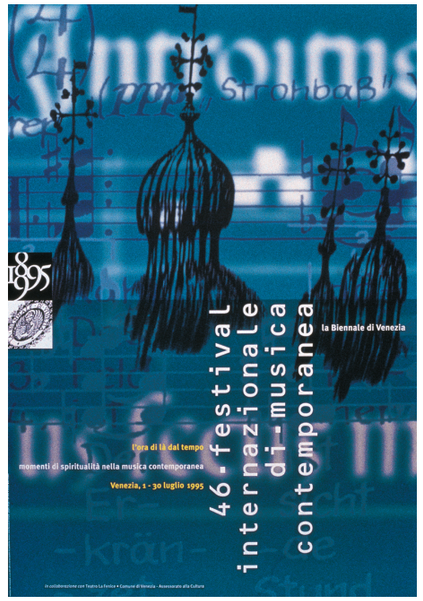
la generazione di mezzo

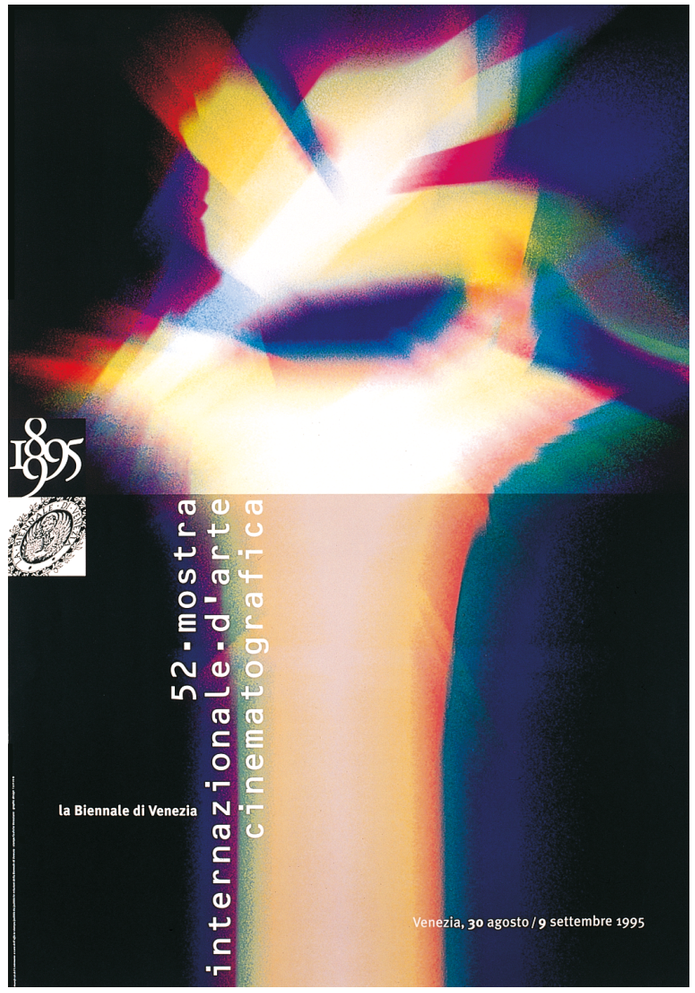
▲1
Elisabetta Ognibene
Libera Terra, 1994
[Archivio privato Ognibene]

▲ 2
Francesco Messina
Rai, 1981
[Archivio privato Messina]

▲ 3
Francesco Messina
Fleurs Franco Battiato, 1999
[Archivio privato Messina]

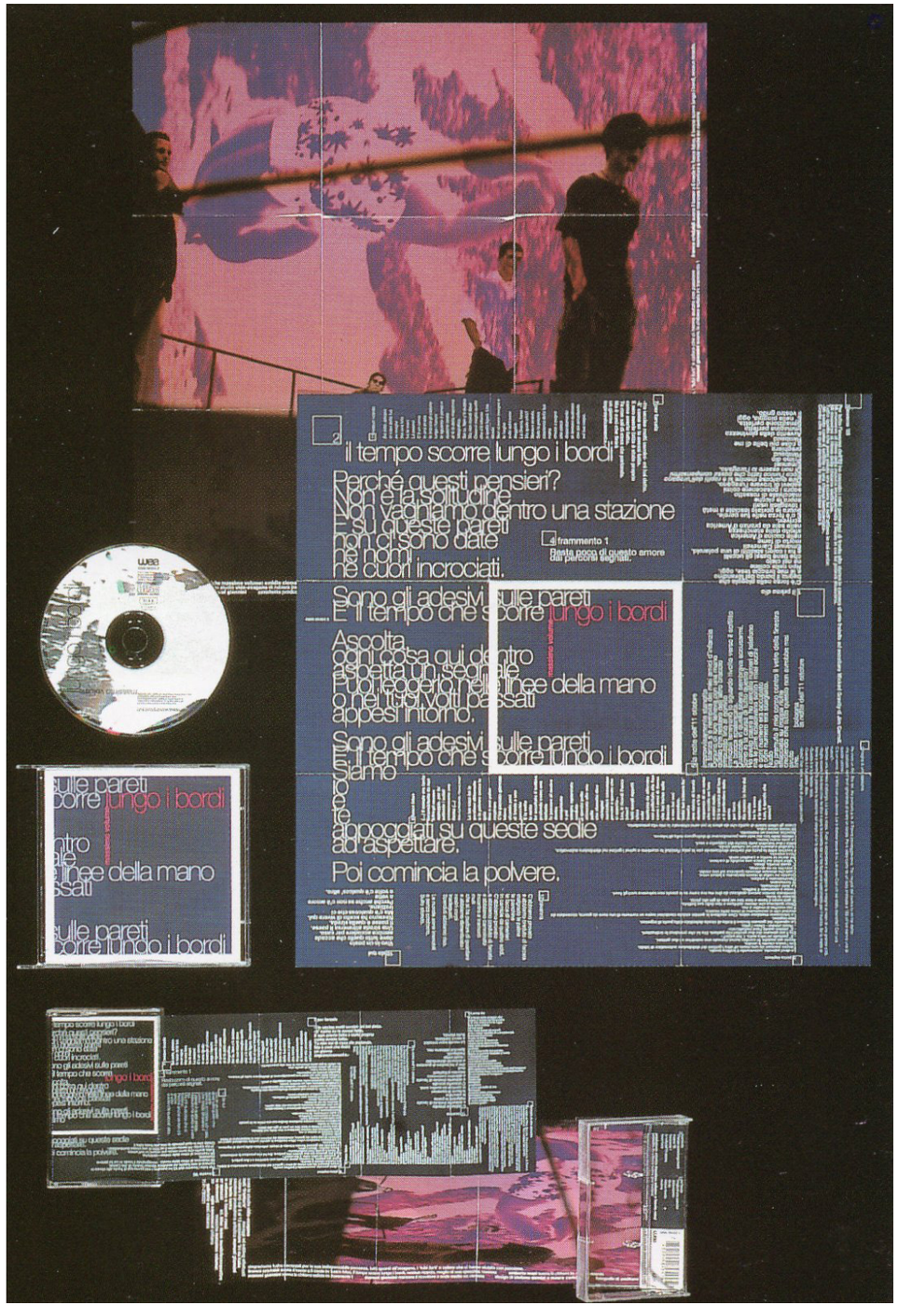
▲ 4
Studio Tapiro
Gitanes, 1991
[Archivio privato Studio Tapiro]





▲ 5-6-7
Studio Tapiro
Biennale di Venezia, 1995
[Archivio privato Studio Tapiro]

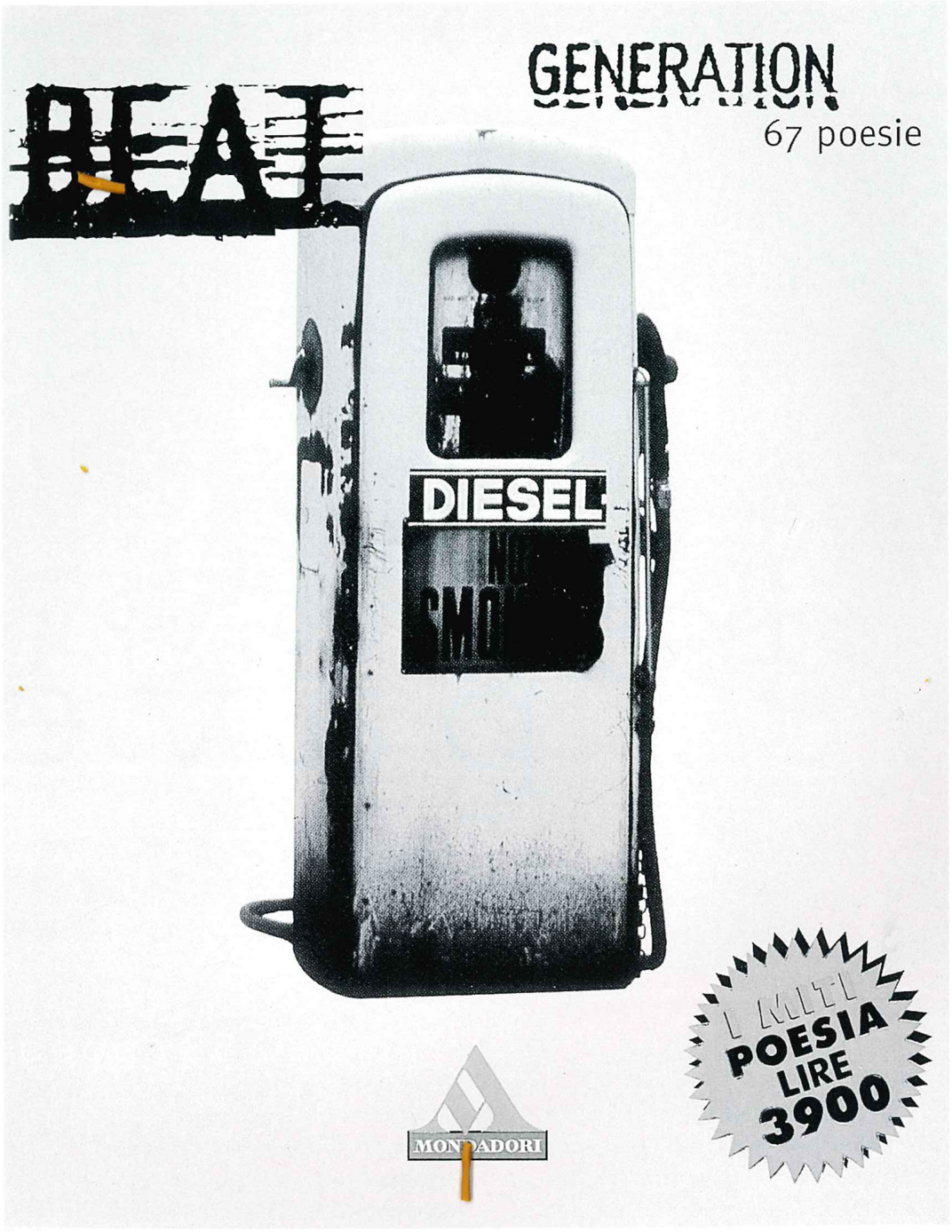
la generazione tecno-entusiasta



▲ 8
Mauro Carichini/Studio Limbo
Lungo i bordi Massimo Volume, 1995
[Archivio privato Carichini]

▲ 9
Giacomo Spazio
CRX Casino Royale, 1997

▲ 9-10-11
Mauro Carichini
Gapcasa, 1994
[Archivio privato Carichini]



▲ 12-13
Giacomo Callo
Mondadori, 1996-97
[Archivio privato Callo]

6.

Progettare col computer, nuovi e vecchi artefatti raccontano il cambiamento

In bilico tra esaltazione e rifiuto la grafica italiana realizzata con il computer vive negli anni Ottanta e Novanta diverse contraddizioni tipiche di ogni nuovo strumento di progettazione, che rompe i vecchi equilibri, rivoluzionando l'intero ambiente attraverso l'impostazione di nuove prassi e scenari e l'introduzione di inediti linguaggi e settori del progetto, i quali riconfigurano sia l'identità dei progettisti sia la natura degli artefatti progettati.

Difatti l'atto della progettazione con l'ausilio del computer e della strumentazione digitale, intesi come meri strumenti, va a modificare in quel periodo anche il prodotto finito, ovvero i materiali comunicativi. Questi a loro volta da una parte riflettono chiaramente il cambiamento in corso e dall'altra sono il risultato in un certo senso dalle limitazioni tecniche della stessa apparecchiatura tecnologica con la quale vengono realizzati, soprattutto se si prende in considerazione quanto progettato agli esordi dell'avvento del digitale, dove l'estetica bitmap ne è un evidente esempio. A ben guardare, a influenzare i risultati finali degli artefatti comunicativi concorrono anche altri due aspetti. *In primis*, la padronanza tecnica del linguaggio del mezzo da parte dei progettisti e, secondo, il supporto per il quale un progetto è ideato, aspetti che condizionano non solo la veste grafica, ma determinano sia la modalità con cui sono stati realizzati sia la tipologia dell'ambito progettuale a cui appartengono.

Conseguentemente, un ultimo contributo utile alla ricostruzione delle vicende della grafica di quegli anni proviene dunque dall'analisi degli artefatti grafici, specialmente da quelli individuati come i più rappresentativi del periodo, sia per i linguaggi innovativi impiegati sia i nuovi ambiti progettuali che introducono nello scenario della grafica italiana. Questi progetti oltre a essere realizzati interamente con il computer, sono la

conseguenza diretta del contesto in cui sono ideati, aggiudicandosi così lo *status* di casi studio all'interno di questa ricerca.

Nello specifico, si tratta di esempi suddivisi in due principali categorie, identificate mediante il supporto per il quale si progettano: progetti per lo schermo e progetti per la stampa. Si ricordi infatti che il dispositivo digitale ha introdotto fin dagli esordi la nuova visualizzazione a monitor del graphic design, generando nuovi ambiti progettuali, il primo fra i quali è la videografica – sviluppata all'interno della comunicazione broadcasting televisiva e artistica, come i progetti di Mario Convertino e dei Giovanotti Mondani Meccanici –, e successivamente, dagli inizi degli anni Novanta, la grafica interpersonale, intesa come web design e multimedialità – ambiti volutamente non affrontati in questa ricerca, fatta eccezione per il caso della webzine *Tlön*[1].

Invece per quanto riguarda i casi studio della grafica progettata per l'output finale cartaceo si prendono in considerazione quei progetti che da una parte descrivono meglio la scena grafica contemporanea italiana e danno voce e spazio alla 'generazione tecno-entusiasta' incontrata nel precedente capitolo, e dall'altra utilizzano approcci e linguaggi connotativi di una pagina stampata volutamente più interattiva e con un'estetica in contrapposizione agli stilemi linguistici della tradizione. In questa seconda categoria rientrano: i progetti editoriali dei periodici *Climax* (1994-1998), *Cube* (1993-1998) ed *Extra* (1995-1996), rappresentativi di tre contesti differenti, dal più sperimentale al più istituzionale; le identità visive delle sottoculture musicali e artistiche collocate geograficamente in Emilia-Romagna, a loro volta suddivise nell'esperienza progettuale dello studio Loew Associati per il centro sociale Link di Bologna e le vicende individuali dei progettisti che lavorano per i club della riviera romagnola; la tipografia digitale e la promozione della cultura tipografica mediante la storia della fonderia Fontology e il contributo di Mauro Carichini.

Per una maggiore chiarezza sulla scelta dei casi studio, bisogna specificare per di più che alcuni dei progetti della seconda categoria sono stati selezionati perché in quegli anni ricevono un riconoscimento soprattutto a livello internazionale e vengono inseriti nelle pubblicazioni di settore, ponendoli così in un certo senso sia in un confronto diretto con quanto sta accadendo altrove sia in linea con le tendenze dello scenario estero del graphic design.

6.1 I progetti per lo schermo: videografica, multimedia e dintorni

La prima area di distinzione introdotta con l'impiego del computer e direttamente connessa a una parte del nuovo mezzo/supporto è rappresentata dai progetti ideati per lo schermo, dove l'artefatto comunicativo è sia visualizzato sia usufruito attraverso lo schermo del computer oppure della televisione.

Partendo dalla videografica per la televisione che, iniziando nei primissimi anni Ottanta – come ribadito diverse volte fin qui –, è considerata il primo settore di sperimentazione e innovazione in cui i progettisti si cimentano con la strumentazione digitale, in questo paragrafo si affrontano i progetti più significativi di Mario Convertino. In particolare, si analizzano la sigla pionieristica del programma *Mister Fantasy* trasmesso su Rai Uno (1981) e il suo contributo come art director per il programma *Immagina* (1987), fino a tracciare brevemente le caratteristiche della grafica per le dirette televisive dell'evento calcistico *Italia '90* (1990). L'indagine di questi progetti permette di inquadrare meglio i lavori di Convertino e approfondire un ambito poco studiato, in cui convergono non soltanto gli aspetti legati all'avanzamento tecnologico degli strumenti di produzione, ma anche quelli relazionali tra emittenti televisive e progettisti grafici utili a comprendere meglio gli esordi del settore che dagli anni Novanta in poi, oltre a subire un importante ampliamento, determina e diversifica sempre più la comunicazione in movimento.

Negli anni Ottanta parallelamente al lavoro di Convertino si assiste all'ideazione e allo sviluppo di altri progetti ibridi che si collocano a metà strada tra grafica e videoarte commissionati sempre dalla Rai per le trasmissioni a carattere culturale. Si tratta, ad esempio, del programma *Non necessariamente* (1986-1987) che ospita la prima serie digitale progettata dal collettivo Giovanotti Mondani Meccanici (GMM), intitolata *Le avventure di Marionetti* (1985-86). I primi lavori dei GMM, ideatori anche del primo computer fumetto del 1984 pubblicato sulla rivista *Frigidaire*, rappresentano gli altri casi studio esaminati in questo paragrafo, scelti per la loro capacità innovativa di coniugare ambiti e aspetti solitamente collegati alla stampa mediante l'ausilio del computer. Difatti i GMM grazie alla libertà offerta dalla tecnologia, seppure con le evidenti prime limitazioni, si avventurano in prassi progettuali inedite, adattando alle loro necessità da un lato gli strumenti e dall'altro l'iter produttivo per la realizzazione, in questo caso, sia del fumetto sia del video, dando vita a un loro singolare linguaggio.

Bisogna aspettare gli anni Novanta per poter assistere a significativi avanzamenti dei progetti per lo schermo. Grazie alle migliorie dei sistemi operativi e dei suoi applicativi e all'avvento di Internet si sviluppano nuovi ambiti progettuali che introducono i concetti di multimedialità e di interattività. La sconfinata libertà offerta dal progresso tecnologico non solo inserisce allora nuove modalità progettuali, ma anche nuovi artefatti comunicativi più complessi sia dal punto di vista del progetto sia degli elementi da gestire. La complessità muta nuovamente il ruolo del progettista che si trova a orchestrare accuratamente immagini e testi, segni e significati, tempi e spazi differenti.

Nel progetto multimediale il graphic designer si trova infatti a manipolare una serie di materiali che devono essere sintetizzati e soprattutto strutturati per far sì che il prodotto non sia una semplice trasposizione di testi e immagini su un nuovo supporto, ma assuma ed esprima con completezza le sue caratteristiche di interattività.

Scrive a proposito Gianni Sinni, "[noi progettisti] dobbiamo considerare, come superati o privi di significato alcuni degli elementi su cui il graphic designer comunemente interviene. Il concetto di pagina, ad esempio, perde ogni valore dal momento che abbiamo a che fare con una 'schermata' praticamente infinita sulle due direzioni. Non solo, ma anche l'idea di 'ritmo', tanta cara ai designers, tiene difficilmente il passo dato che non esiste più un accesso sequenziale ai dati da parte del lettore o dell'utente, come si definisce il fruitore di informazioni multimediali"[2]. Ed è proprio grazie a queste riflessioni che si inaugura a metà degli anni Novanta l'ultimo caso studio individuato all'interno di questa categoria, ovvero la webzine *Tlön* progettata dallo stesso Sinni e dal suo studio LCD Graphics. *Tlön* è l'unico caso italiano di rivista dedicata completamente alla comunicazione visiva online, che si presenta come laboratorio di sperimentazione ma anche come spazio di discussione.

6.1.1 Le esperienze pionieristiche di Mario Convertino (1981-1990)

Nei primi anni Ottanta, con il consolidamento della televisione a colori e la fine del monopolio delle trasmissioni detenuto dall'emittente pubblica Rai, si assiste alla costruzione e alla diffusione di una nuova concezione della grafica televisiva, la quale col tempo assume una duplice funzione: la prima è quella di produrre un'identità

1 La webzine *Tlön,* come si vedrà nel capitolo 7, si può definire un progetto ibrido a metà strada tra il web design e la grafica editoriale.

2 Cfr. Sinni, G., *Proposta di inclusione nuovi ambiti progettuali nel tariffario Aiap*, mail, Firenze 1996, p. 2 [Archivio Cdpg].

visiva di rete forte e riconoscibile come strategia competitiva rispetto alle altre reti; la seconda riguarda l'ideazione di segni grafici che intervengono nella presentazione dei programmi attraverso sigle e promo, ovvero gli annunci che segnalano allo spettatore l'appuntamento di un certo programma.

Ed è proprio in questa seconda funzione che si inserisce il lavoro innovativo e pionieristico di Convertino, rivestendo un ruolo centrale nel rinnovamento della grafica per lo schermo attraverso l'ideazione dell'ambito della videografica digitale.

Prima di approdare al video, Convertino inizia a lavorare a Milano negli anni Settanta nel campo della scena musicale, dove da subito, attento alle mode e al gusto dei giovani, si occupa della progettazione delle copertine dei dischi – tra le quali quelle per i Krisma, Pino Daniele, Eugenio Finardi e Lucio Battisti. Il lavoro in questo campo, in cui si avvale della collaborazione dei migliori fotografi dello spettacolo, tra cui Roberto Masotti, il celebre fotografo ufficiale della Scala di Milano, si applica non solo alla rappresentazione della musica sullo spazio quadrato della copertina dei dischi, ma anche su tutta una serie di prodotti collegati che partecipano alla costruzione dell'immagine del musicista stesso. Da tale esperienza si evince il profondo legame con la musica che oltre a consacrarlo come uno dei maggiori progettisti di questo campo, lo porta ad occuparsi *in primis* della veste grafica della rivista *Gong* (1974-1979) – mensile di musica e cultura progressiva – e in un secondo momento dei video musicali. Le case discografiche, infatti, sul finire degli anni Settanta e l'inizio del decennio successivo scoprono altre forme di promozione della musica e il set fotografico si trasforma in vero set per le riprese televisive di cui Convertino è l'art director.

Successivamente il progettista sfrutta la sua conoscenza dell'ambito della musica e dei video per sperimentare con un nuovo strumento che si affaccia negli anni Ottanta e, come scrive Anna Ronchi nella rivista *Abitare*, "dal video al computer il passo fu breve e anche qui è stato precursore dei tempi"[3]. Difatti dal 1981 inizia l'attività prolifica di Convertino nell'ambito televisivo della videografica, dove prima si cimenta con l'ideazione delle sigla del programma *Mister Fantasy* (1981) per le reti Rai con la quale collabora per diversi anni, e poi prende parte alla realizzazione della grafica di una serie di trasmissioni, si ricordano, tra le tante, *Immagina* (1986), *Italia '90* (1990), *TGS* (1991), *Mi manda Lubrano* (1991), *Domenica Sportiva* (1992) e *Ultimo minuto* (1993).

La grafica di Convertino "ironica, giovanilistica e a volte provocante"[4] viene amplificata dal computer che diventa lo strumento principale per trattare, spesso in diretta, i segni grafici e le immagini da mandare in onda. In una decina di anni la tecnica del progettista milanese si raffina notevolmente di pari passo con l'avanzamento della strumentazione digitale utilizzata. Inoltre sovente il suo lavoro non si limita al progetto della sigla del programma, ma riguarda anche la scenografia della trasmissione stessa, occupandosi in modo complessivo di tutta la sua identità, dove compaiono "oggetti incredibili che venivano utilizzati in situazioni fuori dal contesto originario"[5]. Il suo approccio è ricco di rimandi ad altri periodi o pieno di contaminazioni, cercando sempre di essere all'avanguardia, contemporaneamente il suo linguaggio appare pop e con un certo gusto surreale.

Nonostante la sua scomparsa prematura, avvenuta nel 1996, la sua produzione resta significativa sia per comprendere la trasformazione della strumentazione impiegata soprattutto nell'ambito della videografica sia per sottolineare il suo grande entusiasmo per la professione e le sue sfide lavorative. Inoltre il lavoro di Convertino resta tuttora poco indagato dalla storiografia del graphic design italiano, lasciando un vuoto nelle vicende degli anni Ottanta e Novanta. Quindi, con tutti i limiti dovuti alla difficile reperibilità dei materiali causata in parte dalla loro natura audivisiva, nello specifico in questo paragrafo si analizzano tre principali lavoro: la sigla di *Mister Fantasy* (1981-1982); il contributo grafico per il programma *Immagina* (1987) e le animazioni per le dirette dei mondiali di calcio *Italia '90* (1990).

3 Cfr. Ronchi, A., *Mario Convertino, inventare la televisione*, in "Abitare", 351, maggio 1996, p. 134.

4 Ibidem.

5 Ibidem.

6.1.1.1 La videografica per la sigla televisiva di *Mister Fantasy* (1981-1982)

Il primo lavoro analizzato di Convertino e realizzato nell'ambito televisivo è la sigla di *Mister Fantasy – Musica da vedere*, una trasmissione all'avanguardia degli anni Ottanta interamente dedicata al mondo della musica e della cultura giovanile. Andata in onda per la prima volta il 15 maggio 1981 e conclusasi il 17 luglio 1984, è la trasmissione di Rai Uno, trasmessa in seconda serata, che diffonde in Italia per la prima volta la cultura dei videoclip[6] musicali precedendo di qualche mese il panorama internazionale con la messa in onda dell'anglosassone MTV.[7]

Mister Fantasy è un programma ideato da Paolo Giaccio[8] e condotto da Carlo Massarini[9] e fin da subito appare come una trasmissione particolarmente attenta all'aspetto visuale, molto curata fin nei minimi dettagli: dalla scenografia dello studio interamente bianco, dove sono presenti degli schermi di varia dimensione che rimandano immagini dai video musicali e grafiche elettroniche prima e digitali dopo affidate appunto a Convertino, all'abbigliamento del giovane presentatore. Oltre a trasmettere in anteprima i videoclip provenienti dall'estero, la trasmissione ospita numerosi artisti italiani, spesso producendo dei contributi videomusicali *ad hoc*. In un periodo in cui la tradizione della musica italiana si mescola con la New wave, l'elettronica e la world music, *Mister Fantasy* ha inoltre il merito di aver dato visibilità a band e cantanti conosciuti in precedenza solo da una ristretta cerchia di appassionati.

Procedendo per gradi, innanzitutto è fondamentale comprendere come viene affidato a Convertino l'incarico di art director del programma, per poi analizzare puntualmente gli aspetti grafici che all'epoca lo identificano come pionieristico nella videografica, non solo per l'uso precoce dell'attrezzatura digitale.

Nei primissimi anni Ottanta la Rai, l'emittente pubblica italiana sviluppa nel Centro Ricerche Rai di Torino un computer dotato di lavagna elettronica e pennino, a imitazione dei sistemi grafici tradizionali per l'elaborazione digitale delle immagini

6 Nei primissimi anni Ottanta, la parola 'videoclip' non è ancora utilizzata. Laddove non si usi la generica parola 'filmati', si pone l'accento sulla finalità commerciale dei videoclip chiamati 'promo video', oppure si ricorre alle espressioni 'musica da vedere' e 'musica visualizzata', prima che si parli finalmente di videomusica (Curi, 1983). Sulla terminologia si vedano: Caffarelli, E., *«Mister Fantasy». Musica da vedere*, in "Radiocorriere TV", 19, 1981, pp. 32-33; Curi, G. (1983), *Salso 1. VideoMusica. 100 Video*, Arti Grafiche Leva, Milano; Massarini, C., *Promo video, la nuova frontiera della musica*, in "Radio-correiere TV", 50, 1981, p. 117; Massarini, C., *Mister Fantasy allestisce la nuova vetrina*, in "Radiocorriere TV", 44, 1982, pp. 42-43.

7 Cfr. Di Marino, B., *Il segno mobile. Graphic design e comunicazione audiovisiva*, Milano: Bietti, 2016, p. 100.

8 Paolo Giaccio (Roma, 1950-Sabaudia, 2019) è stato un autore e produttore televisivo che ha lavorato per diversi anni nel campo radiofonico passando negli anni Ottanta alla televisione, per la quale è stato l'autore di programmi all'avanguardia sulla cultura visiva sia musicale. Tra le diverse trasmissioni che recano la sua firma ci sono *Mister Fantasy* (1981-1984), *Obladi Obladà* (1985) un programma sul mondo delle immagini, dei fumetti, della video arte, *Immagina* (1986). Negli anni Novanta è diventato il responsabile del palinsesto Rai Educational.

9 Carlo Massarini (La Spezia, 1952) è un giornalista e conduttore televisivo e radiofonico che conduce negli anni Ottanta diversi programmi dedicati alla musica e alla cultura visiva. In quegli anni presenta molte produzioni televisive ideate da Paolo Giaccio.

televisive. Il dispositivo, ideato a Torino e perfezionato dall'azienda fiorentina Tesak – da cui prende il nome –, nasce proprio dall'esigenza di creare un sistema di pittura elettronica avanzato, ma al contempo facilmente accessibile per consentire ai grafici "che non conoscono nulla di computer graphics di lavorare con la macchina dopo un brevissimo apprendimento"[10] e di operare negli studi interni dell'ambiente televisivo, dimezzando i costi delle produzioni. Difatti alla Rai lo sviluppo del *Tesak* serve soprattutto per risparmiare sui costi di realizzazione di alcuni elementi ed effetti visivi impiegati nei programmi, che spesso vengono commissionati a service o studi esterni a costi particolarmente elevati. Quindi tale esigenza porta a investire in un progetto informatico che deve essere soprattutto adatto all'uso televisivo, cioè deve essere costruito "in modo che il segnale in uscita dal calcolatore sia perfettamente idoneo ad 'entrare' nelle macchine dello studio televisivo: mixer, videoregistratori, processori di segnale come il *chroma key*"[11].

Con questa workstation è possibile a scrivere, disegnare, spostare sullo schermo, ingrandire e deformare velocemente qualsivoglia immagine e la procedura di lavoro è decisamente semplificata. Con una penna elettronica si scelgono, alla base della tavola digitale, le opzioni di disegno; un cursore luminoso indica sul monitor il punto in cui si vogliono sistemare linee, punti, poligoni e disegni a mano libera. Alla base dello schermo appare la tavolozza dei colori: ben 256. Versatilità indubbia di una macchina da studio di produzione che ridurrà drasticamente costi e stili produttivi. Dalle testimonianze dell'ingegnere Busiol del Centro Ricerche Rai di Torino, intervistato dal giornalista Flavio Vida per la rivista *Video Magazine*, prima dell'avvento del *Tesak* "un cartello per un titolo di una trasmissione ci poteva costare anche due o tre milioni [di lire], lo facevamo fare fuori azienda e ci mettevano quindici giorni. Con questa macchina, in mezz'ora si si può allestire un titolo completo di disegno, scritta multicolore e sfondo a colori variabili in pseudo animazione. Però i creativi protesteranno perché i registi, sapendo di avere una macchina così veloce in studio, pretenderanno soluzioni mediocri ma realizzate a tempi record"[12].

Fondamentalmente il computer ideato dalla Rai è uno strumento con il quale sperimentare un nuovo linguaggio e dare vita alle sigle di avanguardistici programmi televisivi sulla musica e sulle sottoculture giovanili. Difatti la messa a punto del *Tesak* va di pari passo con l'ideazione della trasmissione *Mister Fantasy* alla quale manca una figura professionale disposta a utilizzare questo nuovo dispositivo per la "realizzazione e produzione di illustrazioni per la sigla e le varie copertine del programma o di titoli"[13]. Dalle testimonianze di Patrizia Convertino, ai quei tempi compagna del progettista, la ricerca da parte di un dirigente Rai di un graphic designer incomincia negli studi Rai di Corso Sempione a Milano – allora epicentro delle case di produzione musicale italiane –, dove gli viene suggerito appunto Convertino, vista la sua fama di grafico in campo musicale e di professionista che "riusciva a creare lavori più fantasiosi e disparati dal nulla o con poco"[14].

Da questo fortunata coincidenza comincia l'avventura di Convertino in Rai come art director del programma *Mister Fantasy*, di cui progetta l'immagine complessiva dalla sigla ai titoli dei vari interventi in programmazione, dalla scenografia dello studio all'impaginazione grafica complessiva. Tutti elementi grafico-visivi che si fondono insieme perfettamente, anche attraverso l'uso delle differenti tecniche dal *chroma-key* alla tavoletta grafica del *Tesak*, dando vita a un immaginario molto colorato e pop.

Dal punto di vista grafico l'intervento di Convertino avviene in due momenti distinti, che grosso modo coincidono sia con l'evoluzione della strumentazione digitale sia con l'aumento del budget di produzione del programma grazie alla fama crescente raggiunta. Il primo momento corrisponde con la messa in onda del programma e riguarda le prime due stagioni, quindi da maggio 1981 fino a settembre 1982 circa, dove il graphic designer progetta una sigla utilizzando dei quadri fissi: uno bianco esterno, a mo' di cornice in cui compaiono strumenti musicali – come se fossero tanti pianeti –, il cui numero aumenta di pari passo con il ritmo incalzante della colonna sonora; uno nero centrale dove si avvicendano vorticosamente uno o due immagini alla volta, raffiguranti i ritratti dei musicisti oppure ambientazioni legate alla fruizione della musica o le reinterpretazioni grafiche di album famosi, per esempio il volto di Jimi Hendrix o un'adolescente sdraiata sul suo letto mentre ascolta la musica dal giradischi (▲ 1-2). Nelle immagini che si susseguono all'interno del quadro fisso nero si riconosce facilmente il linguaggio grafico postmoderno di Convertino, un chiaro riferimento ai suoi progetti delle copertine musicali i cui disegni sono realizzati con l'aerografo e sono connotati da colori fluo e da contorni fortemente contrastati. Inoltre è altrettanto evidente la sovrapposizione dei livelli di costruzione e di elementi visivi grafici semplici sui soggetti umani molto elaborati. Tali soluzioni visive sono chiaramente il risultato delle possibilità tecniche del primo modello di computer *Tesak* che, in questo caso, si rivela pur sempre una macchina dalle limitate capacità di memorizzazione, obbligando il progettista a trattare un'immagine alla volta: il risultato è una sequenza di disegni elettronici che si susseguono frammentando l'animazione a ritmo di musica.

Proseguendo con l'analisi grafica della sigla di *Mister Fantasy* di questo primo periodo si nota anche che il lettering delle titolazioni è semplicemente sovrapposto alle immagini, senza subire alcun trattamento digitale (▲ 3-4), e si evidenzia il contorno delle lettere sia per creare un distacco evidente dal fondo connotato da molteplici e vivaci cromatismi sia per migliorarne la leggibilità a video. Convertino attribuisce anche al lettering delle titolazioni colori vivaci, il blu elettrico per i titoli della sigla e un magenta acceso per quelli introduttivi dei videoclip mandati in onda (▲ 5).

Per quanto riguarda invece la scenografia, il conduttore Massarini entra in studio vestito interamente di bianco, attraversando un tunnel le cui pareti presentano dei giochi di proiezione di luci, riportati successivamente anche sulla pavimentazione dello studio. All'interno di quest'ultimo è riprodotta un'ambientazione futuristica dove al centro è posta la riproduzione tridimensionale di un computer, con tanto di tastiera a tasti giganti e con un monitor dentro il quale vengono trasmessi i videoclip in scaletta (▲ 5).
Lo schermo simulato del computer diventa il protagonista indiscusso della trasmissione, lo spazio virtuale attraverso il quale lo spettatore può visualizzare la musica sotto forma di videoclip, di performance o di documentario.

Nelle prime puntate del 1981 di *Mister Fantasy* per enfatizzare ulteriormente l'immaginario futuristico digitale e il contributo alla cultura tecnologica e fantascientifica Massarini si esibisce di fronte a una platea di androidi (▲ 6).

Nel frattempo il passaggio a una strumentazione tecnicamente più evoluta si nota nella seconda fase del programma, a partire dalla terza stagione – che coincide circa all'autunno 1982 e al 1983 –, dove si rinnova il programma sotto diversi punti di vista. *In primis*, già nella sigla del programma, è chiara la trasformazione digitale dei linguaggi di Convertino con l'inserimento di elementi grafici animati in sequenza – l'iconica mosca – sovrapposti alle scene riprese di Massarini, che durante il girato interagisce con l'insetto

10 Cfr. Vida, F., *Ricercherò. Ricerche Rai*, in "Video Magazine", 48, 1985, p. 60.

11 Ivi, p. 61.

12 Ibidem.

13 Cfr. Si veda l'intervista dell'autrice a Patrizia Convertino, 05.07.2019, Milano, p. 432.

14 Ibidem.

fino a polverizzarlo in tanti pixel fluorescenti (▲ 7-8). Così come nel corso del programma vari oggetti di grafica digitale attraversano lo schermo, disturbando il conduttore, il quale, in certi casi, si ritrova ad abitare interi scenari sintetici o a essere incorniciato in finte polaroid (▲ 9). Questi nuovi elementi progettuali costruiti in diretta e l'estetica bitmap sia della mosca sia degli effetti ad essa legati sono tipici degli aggiornamenti tecnologici del *Tesak*, che permettono a Convertino da una parte maggiore fluidità nel progetto videografico e dall'altra l'introduzione di nuovi espressioni grafiche. In secondo luogo, si assiste al mutamento della scenografia che diventa piano piano sempre più minimalista e rarefatta. Si conservano dalle edizioni passate soltanto la predominanza del bianco nell'abbigliamento del conduttore e negli elementi allestitivi dello studio nonché lo stratagemma di utilizzare gli schermi grandi e piccoli, in questo caso dei televisori, per proiettare videoclip, interviste e performance di danza (▲ 10-13). Quindi ancora una volta si ribadisce l'importanza nella trasmissione dello schermo televisivo che è sempre al centro della scena, appunto sia attraverso "la finzione degli effetti d'intarsio creati in chroma key sia con la presenza fisica del monitor che affianca il presentatore nella conduzione"[15].

Invece, un ulteriore elemento di progetto che viene in parte modificato è il lettering delle titolazioni del programma che resta invariato nelle forme, ma assume nuovi colori sempre più fluorescenti e nuovi effetti digitali che animano in modo primitivo la tipografia (▲ 14-15).

Nonostante le limitazioni imposte dalla strumentazione Convertino riesce comunque a lavorare in modo veloce e intuitivo, tanto da essere considerato un visionario per tre principali ragioni: la prima per le sue trovate geniali che applica per risolvere in pochi minuti le sorti di un lavoro durato molte ore; la seconda, con i suoi nuovi approcci, la capacità di avvicinare "le sub-culture della strada alle ricerche del neo-design"[16]; la terza, il merito di aver introdotto nella televisione italiana la figura dell'art director, unificando l'immagine del programma e donandogli una veste grafica ben riconoscibile. Inoltre il progetto dell'identità del programma *Mister Fantasy* è significativo per un ulteriore motivo, come afferma Massarini nel servizio *By By Mister Fantasy-TV ZONE*, Convertino ha la capacità di "aggiungere segni, forme e oggetti spesso decontestualizzati anche utilizzando solo un angolo dello schermo. Ma proprio quegli oggetti donavano all'inquadratura l'equilibrio perfetto, ne facevano una cosa nuova e soprattutto non erano mai banali"[17].

La trasmissione del programma termina nel 1984, quando oramai il videoclip non è più una novità: in Italia è nata Videomusic, un'emittente interamente incentrata su questo genere, e molte sono le trasmissioni dedicate. Come scrive la storica dell'arte contemporanea Paola Lagonigro, "la crescita e la diversificazione delle sperimentazioni attorno all'immagine [sintetica e digitale] fanno da trampolino per altre successive produzioni televisive"[18] derivanti proprio dall'esperienza di *Mister Fantasy*, facendo riferimento in particolare alle trasmissioni *Obladì Obladà* (1985) e *Non necessariamente* (1986). La prima è sempre pensata da Giaccio come un telegiornale futuristico da cui si lanciano servizi che mettono insieme diversi media: video, musica, cinema, teatro, fumetti e pubblicità.

La seconda è ideata da Gino Castaldo e Carlo Massarini, che è anche il conduttore, e attraverso lo sfoggio della definizione di 'tecnovarietà', si basa totalmente sulla manipolazione dell'immagine digitale. All'interno di questo programma trova spazio il lavoro dei Giovanotti Mondani Meccanici, ospitando le undici puntate della videografica *Le avventure di Marionetti*, che sono affrontate nel prossimo sottoparagrafo.

6.1.1.2 *Immagina – segni e sogni del nostro tempo* (1987)

Tra i tanti meriti del programma *Mister Fantasy* oltre all'avvio di una serie di trasmissioni dedicate al campo della musica, della tecnologia e della cultura visiva, c'è il riconoscimento di Convertino come uno dei più significativi progettisti grafici che lavorano nell'ambito televisivo impiegando sofisticate strumentazioni digitali.

Dopo l'esperienza di *Mister Fantasy* gli viene affidata un'altra commissione televisiva come art director della trasmissione *Immagina*[19], andata in onda su Rai Uno tra il 1987 e il 1988, i cui autori – sempre Giaccio e Brando Giordani – si pongono l'obiettivo di sviluppare un pensiero critico attorno alla comunicazione visiva contemporanea e ai suoi meccanismi – intento già evidente nel sottotitolo del programma *Segni e sogni del nostro tempo* –, giocando su una parola che richiama al contempo le immagini e l'immaginazione.

Per arricchire la trasmissione gli autori si servono della consulenza nonché della presenza fissa di Omar Calabrese, semiologo della scuola di Umberto Eco, che fornisce la cornice teorica del programma stesso, basandola sul concetto di 'età neobarocca', ossia la cultura visiva degli anni Ottanta è intesa come un'attualità votata all'apparire e dominata dalle immagini e dalla loro spettacolarità. Questa tematica di fondo è annunciata fin dalla prima puntata dalla conduttrice Edwige Fenech che introduce la trasmissione pronunciando: "qualcuno ha definito la nostra epoca neobarocca proprio perché si fonda sull'immagine e la sua spettacolarità. Oggi le immagini riescono a comunicare più delle parole, vogliono piacere prima di servire"[20].

Secondo Calabrese, l'idea del programma dovrebbe essere quella di "associare fenomeni diversi che, al di là delle reali differenze, avrebbero in comune una forma soggiacente che permette confronti e parallelismi, *Immagina* [infatti] parla di teorie scientifiche, di arte, moda e comunicazione"[21].

Tralasciando gli aspetti tematici della trasmissione – interamente prodotta negli studi esterni di Computer Graphics Europe (SBP-CGE)[22] –, dal punto di vista scenografico, questa si svolge in un'ambientazione notturna introdotta dalla sigla, dove una monetina cade nella riproduzione sintetica della Fontana di Trevi, richiamo iconico all'arte barocca, e la telecamera la segue nella sua discesa nell'ambiente sotterraneo e oscuro dove le poche fonti d'illuminazione provengono dai monitor e la conduttrice appare in abiti dalla foggia elegante e con acconciature estrose. L'intera scenografia dell'ambiente sotterraneo e dello stesso programma, nello specifico i monitor, altro non è

15 Cfr. Lagonigro, P., *Da Mister Fantasy a Immagina. Arte elettronica in tv*, in "piano b. Arti e culture visive", vol.3, 2, 2018, p. 150.

16 Cfr. *Convertino*, in AA. VV., *Reality 80. Il decennio degli effetti speciali*, catalogo della mostra, Galleria Gruppo Credito Valtellinese Refettorio delle Stelline Milano, 20.12.2018-11.02.2019, Milano: Creval, 2019, p. 106.

17 Cfr. Tratto dal servizio *By By Mister Fantasy-TV ZONE*, Rai Due, marzo 1996.

18 Cfr. Lagonigro, P., *Da Mister Fantasy...*, p. 158.

19 Sul programma *Immagina* si veda: Face, A., *Immagina*, in "Radiocorriere TV", 17, 1988, p. 47. Il materiale esaminato, preso da una selezione effettuata dal regista dello stesso programma Ranuccio Soci è visibile online su: https://www.youtube.com/watch?v=fFtZjPW6b_Y [20.05.2021].

20 Cfr. Fenech, E., *Immagina*, Rai Uno, 01.10.1987

21 Cfr. Lagonigro, P., *Da Mister Fantasy...*, p. 161.

22 La Computer Graphics Europe (SBP-CGE) è una delle società romane più importanti che negli anni si occupa di produzione e postproduzione video attraverso un parco macchine tra le più aggiornate del settore. Già incontrata nella trattazione del capitolo 4 di questa ricerca.

che la videoinstallazione dell'artista Fabrizio Plessi[23] (▲ 1-3), ingaggiato da Convertino che di puntata in puntata adatta la disposizione degli schermi alle tematiche affrontate. Come scrive sempre la Lagonigro l'installazione di Plessi è "un'opera che intende evocare un ideale spazio sotterraneo: sotto la storica Fontana di Trevi ce ne sarebbe una neobarocca in cui l'acqua non è reale, ma scorre nei monitor. Con quest'opera Plessi ripropone un tema trattato fin dalla fine degli anni Sessanta e che poi sarebbe diventato centrale nella sua produzione, quello dell'acqua, che funge da leitmotiv dell'intera trasmissione, accompagnando con il suo suono in sottofondo tutti i momenti in studio"[24].

Difatti dall'analisi dei pochi filmati visionati si evince chiaramente che la videoinstallazione di Plessi, così come la videografica di Convertino, sono una presenza fissa nella trasmissione. In particolare, gli interventi grafici appaiono e vengono utilizzati in due distinti momenti: i primi, sempre realizzati in diretta, si sovrappongono alle riprese della regia e sono costituiti da brevi frasi, ad esempio, percorrono i profili della videoscultura oppure scorrono durante gli interventi esterni accentuando il movimento dell'opera (▲ 4-5); i secondi, già precedentemente prodotti, rappresentano l'insieme dei numerosi siparietti tipografici che dividono i vari blocchi della puntata, ai quali si aggiungono anche brevi copertine animate che introducono i diversi servizi mandati in onda (▲ 6). Nello specifico questa ultima tipologia è progettata da Convertino sempre con tecniche ibride, a metà strada tra girato, grafica digitale e postproduzione. Infatti per il programma *Immagina* il progettista si avvale sempre più del computer e di una serie di altre strumentazioni avanzate, tra le quali il *Painbox* e il *Mirage*, un ulteriore dispositivo prodotto dall'azienda Quantel, uno dei primi a permettere di trattare l'immagine al pari di un oggetto per creare animazioni 3D, come scorrimenti, rotazioni e volta-pagina. Inoltre per questa trasmissione Convertino abbandona la veste grafica coloratissima e pop di *Mister Fantasy* per ricorrere a toni più sobri, in linea con l'atmosfera notturna del programma mandato in onda a tarda ora[25], prima dell'interruzione delle trasmissioni.

Ancora una volta, come nella precedente esperienza di *Mister Fantasy*, la veste grafica del programma è il frutto del dialogo e del confronto tra art director e regista e dalla comune scelta, nel caso di *Immagina*, di fare ricorso non solo all'estetica o agli effetti visivi offerti dalla tecnologia digitale, ma anche alla tradizione tipografica italiana, ragione per cui Convertino lavora maggiormente con il lettering.

Difatti analizzando attentamente i siparietti progettati, i titoli e i sottotitoli sono rigorosamente bidimensionali nonostante siano impaginati con soluzioni dinamiche e inedite: transizioni in verticale; dissolvenze dinamiche, eccetera. Il progettista mescola caratteri bastone a quelli graziati, ricorrendo in certi casi al Bodoni per conferire maggiormente la solennità dell'età neo-barocca (▲ 7). Inoltre, dalla testimonianza della Convertino emergono due ulteriori significativi aspetti sul ruolo di art director all'interno della trasmissione, in primo luogo per *Immagina* il progettista ha un coinvolgimento maggiore, ovvero "il ruolo di Mario è un po' più interessante dato che aveva ideato proprio un format, un intervento che riguardava non solo le sigle, ma un lavoro proprio di art direction, dalla scenografia al look del conduttore fino alla parte testuale, cioè seguiva le interviste"[26], secondo all'interno di uno dei siparietti compare

23 Fabrizio Plessi (Reggio Emilia, 1950) artista italiano, alla fine degli anni Sessanta inizia a focalizzare la propria ricerca artistica attorno al tema dell'acqua, declinato in opere di vario tipo: videoinstallazioni, film, videotapes e performance.

24 Cfr. Lagonigro, P., *Da Mister Fantasy...*, p. 161.

25 Il programma è trasmesso settimanalmente con orario variabile tra le 22 e le 23, in un arco temporale ai margini del palinsesto televisivo, quando ancora le trasmissioni sono interrotte durante la notte.

26 Cfr. Intervista dell'autrice a Patrizia Convertino..., p. 434.

per la prima volta in televisione 'il gesto del cambio canale', ideato proprio dallo studio Convertino[27], lo 'zapping', infatti, è un termine coniato proprio dagli inglesi in quegli anni.

Sebbene il materiale recuperato sui progetti di videografica di Convertino sia esiguo, la possibilità di esaminare tra i casi studio due delle trasmissioni più complesse da lui progettate, *Mister Fantasy* e *Immagina*, restituisce da una parte la totalità dell'intervento del graphic designer e dall'altra la sua capacità di costruire immaginari articolati e iconici anche grazie all'impiego della strumentazione digitale, che contribuisce ad amplificare sia la sua creatività sia la sua attitudine visionaria della grafica.

6.1.2 I Giovanotti Mondani Meccanici, il primo computer fumetto e *Le avventure di Marionetti* (1984-86)

Restando nel decennio degli anni Ottanta si assiste all'ideazione di un altro significativo artefatto comunicativo sempre progettato per lo schermo, in un ambito attiguo al graphic design, ossia quello del 'nuovo fumetto italiano' – come è identificato dall'intellettuale Pier Vittorio Tondelli[28]. Nello specifico si fa riferimento al primo lavoro del collettivo Giovanotti Mondani Meccanici (GMM) che si inserisce in quel fronte innovativo nel campo dell'immaginario e della cultura visiva di quegli anni dove operano grandi contaminazioni e interdisciplinarità.

I GMM riescono a sondare tra il 1983 al 1998 le diverse facce del postmoderno e dell'*internet culture*, esprimendosi praticamente in tutti i campi multimediali possibili. Partendo appunto dal computer fumetto fino a occuparsi di installazioni video, performance e televisione, la loro ampia produzione li porta a essere ospiti, come già visto nel quarto capitolo, delle più importanti rassegne italiane sulla cultura visiva e a consacrarli come un caso esemplificativo di quegli anni.

Il collettivo GMM nasce dall'incontro tra Antonio Glessi[29] e Andrea Zingoni[30] nell'ambiente del basket toscano, dove il loro rapporto di amicizia si trasforma grazie anche ad altre passioni in comune, la musica e l'interesse per la sperimentazione artistica, in un sodalizio lavorativo. Successivamente attorno al duo fondatore orbitano molti altri personaggi chiave quali il terzo membro del gruppo, Maurizio Dami – conosciuto con lo pseudonimo Alexander Robotnik –, che ne costituisce il braccio musicale.

I GMM sono connotati da un approccio fortemente sperimentale e da un'attitudine ironica – come riporta la testimonianza di Glessi[31] – con la quale si avvicinano alla materia tecnologica digitale. Difatti l'innata curiosità li spinge già nel 1983 a sondare gli effetti e le cause dell'impatto digitale sulla comunicazione in un periodo storico in cui soltanto Convertino e Mario Sasso stanno utilizzando la strumentazione digitale nella grafica.

Tra i due fondatori quello più incuriosito dalla strumentazione digitale è Glessi, il progettista grafico del gruppo, che nel 1983 ha la fortuna di vedere in azione in un

27 Si veda l'intervista dell'autrice a Patrizia Convertino, pp. 428-439.

28 Tondelli, P. V., *Un weekend postmoderno. Cronache degli anni Ottanta*, Milano: Bompiani, 2014.

29 Antonio Glessi (Gorizia, 1954) è il progettista grafico e il fondatore con Andrea Zingoni, nonché la memoria storica del gruppo multimediale italiano Giovanotti Mondani Meccanici (GMM) fondato a Firenze nel 1984.

30 Andrea Zingoni (Firenze, 1955) è uno scrittore e regista, nonché il fondatore assieme ad Antonio Glessi del collettivo Giovanotti Mondani Meccanici.

31 Si veda: intervista dell'autrice via Skype Antonio Glessi, 04.03.2020, pp. 458-467.

seminario a Bologna Carmelo Genovese, nome di punta della computer art italiana. Da questo incontro Glessi esce sorpreso e folgorato delle infinite potenzialità dei nuovi strumenti, soprattutto dall'idea "della velocità, ovvero la possibilità di fissare immediatamente il segno sullo schermo con quella nitidezza e quella capacità"[32]. Cotanto entusiasmo fa sì che Glessi si accinga ad acquistare tutta la strumentazione opportuna per poter iniziare a lavorare con il computer, così, facendosi aiutare proprio da Genovese, compra il modello *Apple II* e le periferiche ad esso correlate, tra cui la prima penna grafica in circolazione con tanto di tavoletta sempre dell'azienda californiana, dotata del software grafico Utopia[33].

Dopo l'acquisto del primo dispositivo digitale, l'ideazione del computer fumetto avviene in modo del tutto casuale. Da tempo infatti i GMM hanno in mente una sceneggiatura per un fumetto – interamente scritta da Zingoni –, ma fino ad allora non sono in grado di visualizzare la tecnica adeguata che possa dar vita al loro immaginario. Ed è proprio dai primi tentativi dei disegni digitali di Glessi che nasce l'intuizione di realizzare il fumetto interamente con il computer. Progetto che inizialmente prende forma senza un titolo e che solo a seguito della pubblicazione viene identificato come *Giovanotti Mondani Meccanici*. Questo lavoro è pubblicato sulla iconica rivista della sottocultura italiana *Frigidaire* dal 1984 al 1987.

Inizialmente, come racconta Glessi, Filippo Scozzari – ideatore e art director della rivista – non si dimostra molto convinto della qualità e della validità dei GMM, perché individua fin da subito il limite tecnico del loro lavoro e l'uso naïf del mezzo, che però col tempo rivela la sua forza e la sua assoluta fascinazione. Il collettivo fiorentino, invece di lavorare ai fumetti usando la programmazione come sta facendo il duo Crudelity Stoffe a Roma, decide di affidarsi all'uso della manualità anziché ai codici informatici, trasformando l'esperienza digitale in qualcosa di inedito dove c'è ancora al centro la figura dell'uomo faber. Difatti decidono di realizzare le loro tavole colorando i pixel a mano, proprio come un mosaico, utilizzando la tavoletta grafica e scontrandosi chiaramente contro l'ostacolo della stampa cartacea, situazione insufficiente per rendere adeguatamente la luminosità dei colori prodotti dallo schermo. Da questa grande limitazione tecnica della strumentazione di quegli anni nasce quindi l'idea di fotografare direttamente quanto disegnato a computer e di incollarlo su fogli di cartoncino nero bristol, conservando pure l'inevitabile bombatura da tubo catodico. Tale effetto in un certo qual modo permette al computer di uscire dal suo confine, sottolineando da una parte l'ibridazione sia delle tecniche sia delle modalità e dall'altra delimitando la propria unicità e differenza.

A proposito della modalità di realizzazione del computer fumetto è evidente in questo progetto non soltanto la commistione percettiva e tecnica – digitale, pellicola fotografica e stampa – ma anche quella delle differenti strutture narrative, tipiche di un contesto urbano complesso. In un'intervista rilasciata nel 1984 alla rivista *Frigidaire* nel medesimo numero che pubblica il primo capitolo della saga Glessi afferma, riferendosi alla costruzione del computer fumetto, che "il modello è quello di una sorta di partitura musicale in cui si dispongono i temi e le immagini, sino alla produzione di un tessuto simbolico, metaforico, in cui tutte le determinazioni si risolvono"[34].

Esaminando il primo capitolo del fumetto da un punto di vista della storia si narra di Ella, un personaggio le cui sembianze ricordano vagamente l'attrice giamaicana Grace Jones, che viene abbordata da tre loschi individui, appunto i GMM. Connotati da un look misto free jazz/ska/new wave – chiaro riferimento all'ambiente musicale di quegli anni – che richiama visivamente i personaggi del film *Blues Brothers*, indossando occhiali da sole ed abbigliamento bianco e nero, e allude anche a scenari di un'altra pellicola cinematografica, *American Psycho*. L'incontro tra i quattro, dal punto di vista della sceneggiatura, è una specie di passaggio di testimone, Ella era infatti inizialmente la protagonista di un romanzo distopico ed inedito del collettivo, *Extra cyborg night trips*, in cui – tra citazioni del filosofo Denis Diderot – appaiono anche i GMM i quali a un certo punto la stuprano. Il loro passaggio da figure di contorno a centrali è dovuto a posteriori alle loro qualità amorali, che li pongono in una zona in cui è difficile empatizzare, una sorta di specchio di una società degli anni Ottanta. Nel fumetto l'incontro tra Ella e i GMM è particolarmente intenso nel descrivere il triste destino di illusioni della prima e la noia esistenziale della violenza gratuita nei tre, raggiungendo una sorta di poetica elevata nelle didascalie.

A seguito di questo primo capitolo viene elaborata una versione animata del fumetto, presentata qualche settimana prima dell'uscita della rivista, con tanto di colonna sonora di Demi composta con l'*Apple II* connesso con l'Alpha Syntauri, uno dei primi software musicali. Il passaggio alla versione animata anticipa di qualche anno le scelte dei GMM che, dopo l'esperienza del computer fumetto, iniziano a prediligere maggiormente il video come medium. Prima di passare del tutto alla videografica continuano però a produrre altre storie, sempre più elaborate, per la rivista *Frigidaire* in cui si definisce meglio il ruolo dei personaggi dei GMM.

Analizzando invece il computer fumetto dal punto di vista grafico il segno è sempre stilizzato e tagliente, è evidente l'estetica bitmap sia nei contorni delle silhouette dei personaggi (▲ 1-3) sia nei testi comparsi nell'ambientazione (▲ 4) – in riferimento ai segni di orientamento presenti nelle strisce del fumetto. Un altro aspetto tipico della visualizzazione a schermo è data dalla visualizzazione delle righe orizzontali tipiche del quadro televisivo ripreso dalla macchina fotografica che compongono tutte le parti grafiche colorate, fatta eccezione per la restituzione del bianco. La scelta cromatica vira sull'impiego di colori acidi, dal verde al magenta, dall'arancio al blu elettrico.

Per quanto riguarda la sovrapposizione dei livelli di costruzione, caratteristica sovente nei progetti degli anni Ottanta, la si riscontra nelle scene in cui si ricostruiscono le ambientazioni (▲ 5-7), dove l'alternanza di pattern diversi, forme geometriche che si intersecano e qualche accenno di prospettiva restituiscono il senso di tridimensionalità dello spazio, anche grazie alla bombatura dello schermo fotografato. Inoltre, la compresenza di più livelli costruttivi si percepisce chiaramente nelle scene in cui si destruttura il personaggio di Ella. Come si può osservare (▲ 8) la figura di Ella non è raffigurata per intero, bensì si inquadra separatamente la mano e il suo volto, quasi a richiamare il mondo virtuale dei videogiochi.

La destrutturazione del corpo umano si ritrova anche nella scena in cui si raffigurano i pensieri di più personaggi alla volta (▲ 9), fino a fondere nella trama dello sfondo l'espressione degli occhi di Ella. Oltre alla scomposizione del corpo, nelle scene dedicate all'elaborazione della brutalità della violenza commessa dai GMM, Glessi smaterializza ulteriormente il segno, quasi a voler sgranare l'immagine e a rendere eccessivamente visibili i pixel costruttivi propri dello strumento utilizzato, ne sono un esempio il momento in cui Ella piange (▲ 10) e la ripresa dell'allontanamento dei GMM dal luogo della violenza (▲ 11). In entrambe le scene i pixel e i multipli orizzontali e verticali dell'unità di misura digitale rendono rarefatti sia i soggetti sia l'ambiente. La rarefazione o la smaterializzazione del segno visivo sono ulteriori elementi costitutivi della grafica digitale di quegli anni.

Nonostante la fama raggiunta con la pubblicazione del computer fumetto i GMM decidono di dedicarsi all'ambito del video, a causa in parte delle limitazioni tecnologiche

32 Cfr. Intervista dell'autrice ad Antonio Glessi..., p. 460.

33 Il programma Utopia è progettato da musicista rock Todd Rundgren.

34 Bertolazzi, C., *Il primo fumetto a computer*, in "Frigidaire", 42, 1984, p. 21.

riscontrate non solo nel computer, ma anche nei processi di stampa dell'epoca. Come sostiene Glessi

> "la problematica legata alla resa di stampa della tecnica utilizzata mi ha portato a rifiutare la continuità del processo, nonostante abbia avanzato altre proposte. Mi spiego meglio, fotografando lo schermo, il retino del monitor e i pixel raffigurati avevano una loro griglia che in stampa si andava a sommare a quella del sistema di riproduzione delle immagini in roto-offset. Questa sovrapposizione produceva due effetti collaterali: per prima cosa si veniva a creare l'effetto Moiré; secondario si annullavano tutti i bianchi. Alla fine, il risultato tendeva a qualcosa di sbiadito e fintanto che si pubblicava il lavoro sulla carta patinata opaca di *Frigidaire* qualcosa ancora si salvava, ma quando siamo passati successivamente alla carta usomano di *Linus* la resa era compromessa e il lavoro era un disastro. Da lì in poi ho deciso che non potevamo più continuare con la pubblicazione dei nostri fumetti, considerato anche che nel frattempo erano trascorsi due anni e la tecnologia aveva fatto ulteriori e rapidi passi avanti"[35].

Infatti poco dopo la pubblicazione del computer fumetto il collettivo fiorentino inizia a dedicarsi prima al videocomic e poi alla videografica. Il primo videocomic lo realizzano nel 1985, intitolato *Il colore delle tenebre* – un girato di tredici minuti – caratterizzato dalle vignette tagliate in maniera asimmetrica, impaginate senza rispettare la griglia, e che, come il primo computer fumetto, sono composte da fotografie digitalizzate e post prodotte. L'elemento curioso di questo lavoro è la comparsa dei tradizionali *balloons* del fumetto chiaramente scritti a mano (▲ 12).

A breve distanza da questo primo lavoro in ambiente video, sono invitati a realizzare un racconto videografico per il programma di Rai Uno *Non necessariamente* (1986) condotto da Carlo Massarini e trasmesso in seconda serata tra ottobre e gennaio dell'anno successivo. Inizialmente, dalla testimonianza di Glessi, i GMM pensano di proporre la storia del computer fumetto, ma questa risulta inadatta per "i contenuti veicolati da quel tipo di programma ed emerse la criticità che i personaggi GMM erano ancora troppo off, alternativi per essere mandati in onda durante la seconda serata su Rai Uno. Perciò con Andrea abbiamo optato per realizzare un personaggio e una trama più leggera, molto più favoletta"[36]. Così prendono vita *Le avventure di Marionetti*, una storia suddivisa in undici episodi che racconta l'universo poetico di "un personaggio tenero, ironico, sempre in bilico tra situazioni di comicità spicciola (Marionetti/marionetta) o sofisticate atmosfere futuriste (Marionetti/Marinetti) che si muoveva stupito in morbidi scenari sintetici accompagnato solo dal suo fido impermeabile, senza mai proferire una parola"[37].

Dal punto di vista narrativo il protagonista Marionetti – sintesi linguistica tra Marinetti e marionetta – è un giovane dal comportamento surreale che, ad esempio, di fronte al traffico impazzito, si improvvisa direttore di orchestra per mettere in ordine il trambusto sonoro urbano oppure annienta con fare da supereroe il suo antagonista con il suono della sua tromba. Le sue storie appaiono tanto semplici quanto impossibili.

La grossa sfida dei GMM nel realizzare questo racconto grafico per la televisione risiede nel tradurre le loro idee in un prodotto adeguato per ritmi, linguaggi e qualità al medium televisivo. Per produrre *Le avventure di Marionetti* i GMM lavorano collegando una telecamera al computer *Apple II*, operazione complessa che necessita di strumentazione adeguata tanto da essere considerata da Glessi il famigerato 'canto del cigno'

35 Cfr. Intervista dell'autrice ad Antonio Glessi..., p. 461.

36 Ivi, p. 463.

37 Glessi, A., *Giovanotti Mondani Meccanici*, in Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba dell'arte digitale. Il Festival arte elettronica di Camerino*, Sesto San Giovanni: Mimesis, 2018, p. 113

del suo computer. Secondo il progettista, il modello *Apple II* nel 1986 è già considerato tecnicamente superato dai modelli successivi che si stanno affacciando nel mercato informatico, quindi poco consono per realizzare i progetti seguenti dei GMM. Tralasciati gli aspetti limitativi della strumentazione usata, il collegamento della telecamera al computer ha permesso ai GMM di catturare immagini statiche che dopo possono essere rielaborate digitalmente mediante la tavoletta grafica, "accentuando i lati caricaturali dei personaggi e inserendoli in scenografie irreali"[38]. Il processo di produzione de *Le avventure di Marionetti* dimostra anche in questo caso la convivenza di diverse tecniche e modalità di realizzazione, poiché per animare le sequenze del video ottenute riprendendo con la telecamera Maurizio Dami – e lui che impersona Marionetti – ed elaborate digitalmente, i GMM si avvalgono ancora una volta di una forma ibrida, a metà strada tra il fumetto e il clip. Tutto ciò dipende da una serie di fattori, tra cui i tempi, il budget, l'hardware e il software a disposizione che non consentono di animare il materiale riprodotto in maniera tradizionale anche se digitalmente.

Quindi Glessi decide di utilizzare per l'animazione la modalità del *flip book*, modalità consentita dal computer *Apple II* che permette di "tenere in memoria soltanto due pagine grafiche ad accesso immediato. Sufficienti però a creare un primitivo senso di animazione se rapidamente alternate. La volontà era quella di riuscire a mantenere tutto il processo all'interno del calcolatore per poter contare sulla massima qualità possibile dell'output video evitando ogni montaggio intermedio su nastro"[39].

Dal punto di vista grafico *Le avventure di Marionetti* (▲ 13-17) presentano una grafica bidimensionale, sempre caratterizzata da colori acidi e una definizione rudimentale, come nel caso precedente del computer fumetto dettata dalle limitate capacità del computer *Apple II*. In questo caso però sono molto più evidenti i profili mistilinei e le tipiche linee orizzontali dell'immagine televisiva, dovute all'utilizzo della telecamera per ottenere le immagini statiche di ogni singola sequenza da animare. Inoltre l'aspetto animato, dato dalla successione di quadri fissi che sfumano l'uno nell'altro, ricorda molto l'attuale tipologia di animazione in *stop motion*.

Il lavoro dei GMM più prossimo all'ambiente del graphic design si limita essenzialmente a questa prima produzione digitale indagata in questo paragrafo. Successivamente l'interesse del gruppo si sposta sempre più verso le videoinstallazioni e le performance artistiche, che li portano spesso a coniugare il loro lavoro con l'ambiente musicale, come l'esperienza all'interno del club fiorentino Tenax, e con il mondo della moda, attraverso le collaborazioni con la rassegna Pitti Filati e Pitti Trend nei primissimi anni Novanta.

6.1.3 Gianni Sinni e le prime esperienze multimediali della webzine *Tlön* (1996-1998)

Negli anni Novanta con l'avvento di Internet i progettisti grafici sono chiamati a confrontarsi nuovamente con territori sconosciuti in cui si aggirano inediti ambiti progettuali che modificano ancora una volta sia l'identità della professione sia gli artefatti comunicativi. Passata oramai l'epoca dello stordimento tecnologico ed evolutesi enormemente le possibilità espressive della rete – come ricorda il progettista Gianni Sinni[40] le prime pagine web sono grigie con limitate capacità di intervento – ci si trova

38 Ivi, p. 114.

39 Ibidem.

40 Intervista dell'autrice a Gianni Sinni, 02.10.2019, Firenze, pp. 582-589.

nell'ultimo decennio del Novecento quando la cultura del progetto irrompe nelle pagine di internet anche grazie all'introduzione di nuovi programmi dedicati al web come Flash. Di conseguenza, i progettisti devono affrontare una serie di questioni alle quali spesso non sanno rispondere e che necessitano di appositi spazi di confronto. Ed è proprio per far fronte a questo tipo di esigenze che viene ideata la prima e unica webzine italiana *Tlön* – il cui nome è un chiaro riferimento a un'opera dello scrittore Jorge Luis Borges, come già anticipato nel quarto capitolo –, una rivista online interamente dedicata alla grafica e alla comunicazione visiva e progettata a Firenze da Franca Gori e Gianni Sinni di LCD Graphics, con la collaborazione di Carlo Branzaglia nell'individuazione dei contenuti. Il progetto nasce nel 1996 e viene pubblicato per la prima volta in rete nella versione sperimentale alla fine del medesimo anno per poi lanciare il primo numero all'inizio dell'anno successivo.

Tlön si configura fin da subito sia come un luogo di riflessione sia come gioco interattivo attraverso il quale si propongono e si producono visioni inedite del graphic design italiano. Innanzitutto la webzine è realizzata grazie al lavoro e al supporto del server provider fiorentino DADAnet che mette a disposizione le risorse di rete, in quanto uno dei primi snodi Internet in Italia. Il progetto risulta essere impegnativo dal punto di vista sia tecnologico sia progettuale, difatti, come ricorda Sinni, si realizza la webzine "in una maniera complicatissima [date le limitazioni del programma], perché Flash doveva essere programmato e il periodico non poteva essere aggiornato rapidamente"[41]. Data la complessità di questo artefatto multimediale e il rapido sviluppo e miglioramento dei software utilizzati la pubblicazione della webzine avviene in due distinti momenti: una prima fase in cui si realizzano tre numeri connotati visivamente e contenutisticamente in un certo modo, dove è presente una maggiore strutturazione della gerarchia della pagina attraverso l'impiego di un indice di navigazione – collocato nella parte bassa della pagina –; un secondo momento che visivamente sperimenta un'interfaccia più libera con "un accesso casuale ai contenuti"[42].

Procedendo per step, la prima versione di *Tlön* è strutturata in modo molto semplice ospitando i vari contributi attraverso una rubrica tematica fissa, composta da sette principali sezioni, che è possibile aggiornare separatamente, perché l'idea iniziale della webzine prevede un intervento collettivo da parte della comunità dei graphic designer aderenti o interessati al progetto. La prima sezione è *Guest* che solitamente ospita le realtà progettuali più sperimentali, come la rivista *Climax*, gli originali fumetti di Professor Bad Trip e la collezione dei *dingbat*[43] animati di Fabrizio Schiavi, quest'ultimo ospite anche della seconda fase della webzine.

La seconda sezione si intitola *Data Base* ed è dedicata alla documentazione sugli aspetti della ricerca visiva fuori dai canoni consueti, ovvero un archivio di immagini lontani dal mainstream, ad esempio si affronta l'immaginario dello stilista ipervisionario Albion degli anni Sessanta oppure i linguaggi visivi del film *Star Trek*.

Successivamente si trova la sezione dedicata ai dibattiti, *Forum*, dove si discute delle questioni sia del copyright dei caratteri digitali sia dell'identità nuovamente in mutamento del graphic designer a seguito dell'avvento del web design e della multimedialità. In particolare, quest'ultima tematica avvia una successiva discussione all'interno delle assemblee Aiap di quegli anni, dato anche il patrocinio dell'associazione per la webzine.

L'altra sezione *Typowars* è più uno spazio ludico dove confrontare due diversi caratteri tipografici impiegati soprattutto nei loghi aziendali di brand nazionali e internazionali dello stesso settore merceologico, per portare un caso esemplificativo si mettono a confronto il Bodoni utilizzato per il logo dell'azienda Armani e l'Helvetica del marchio di Moschino.

A queste prime quattro sezioni si affiancano *Link* e *Archivio*, la prima raccoglie una serie di collegamenti con altri siti di settore, mentre la seconda permette di visionare i materiali dei numeri precedenti. Invece l'ultima sezione, *Babylon The graphic Suq*, è "una specie di grande mercato dove vengono distribuiti libri, riviste, caratteri tipografici e quant'altro"[44], all'interno della quale è possibile trovare "i libri e le riviste recensite o che riguardano gli ospiti o i temi trattati nelle diverse sezioni della webzine"[45].

A completamento di *Tlön*, sempre collocate nella parte sottostante della pagina virtuale, si trovano una serie di link utili – *News*, *Views* e *Tech* –, di tipo informativo, che offrono note su mostre, libri, un calendario degli eventi e la presentazione delle ultime novità tecnologiche.

Dal punto di vista della veste grafica, nella prima fase della webzine la homepage (▲ 1) del numero 1 – di cui è stato possibile recuperare gran parte delle schermate – reca nella parte superiore il nome *Tlön* composto in caratteri bastoni e seguito dal sottotitolo composto con la font digitale *Lettera ventidue* progettata da Sinni. Nella parte sottostante appare il numero della rivista sovrapposto a un codice a barre che a sua volta sovrasta un dettaglio delle illustrazioni psichedeliche di Professor Bad Trip. Per la mancanza di materiale d'archivio e la carenza di testimonianze sul funzionamento dell'interfaccia si può solo presupporre l'interattività della webzine, ossia dove il testo e l'apparato iconografico potrebbero essere interattivi permettendo di collegarsi nella pagina del sommario. Difatti nella pagina virtuale non sono presenti segni iconici intesi come veri e propri pulsanti. Proseguendo nell'indagine, la schermata del sommario (▲ 2) raggruppa in una banda a sinistra i loghi dei partner e nella visualizzazione centrale le diverse sezioni, ognuna caratterizzata da un proprio logo e da un proprio linguaggio visivo. Già da questa pagina è possibile notare l'aspetto sperimentale della rivista stessa, dove si mescolano diverse font senza una specifica funzione gerarchica d'informazione. In questo caso è facile intuire che i logotipi delle sezioni rappresentano i pulsanti per accedere alle pagine dedicate.

Visivamente è interessante come viene trattata la sezione *Typewars* (▲ 3) che ha un'apertura minimale in cui si sovrappongono tante 'm' tutte stilisticamente diverse in bianco e nero, in cui compare per la prima volta in modo evidente il menu di navigazione situato nell'area bassa della pagina. Una volta entrati in questa sezione compaiono le due font che si 'sfidano' (▲ 4) e sotto una galleria di immagini relative a entrambi i brand a confronto.

Completamente differente è invece l'aspetto visivo della sezione *Data base*, di cui si hanno a disposizione solo due schermate dedicate allo stilista britannico Albion (▲ 5). In questo caso si predilige l'uso di un carattere bastone e si gioca con l'interlinea negativa, spingendo al limite la leggibilità del testo che, nella seconda schermata, è composto all'interno di cerchi di varie dimensioni e con colori diversi. La presenza esigua di immagini fotografiche fa presupporre la limitazione dei software per il web design nel supportare più immagini raster alla volta, aspetto forse da ricondurre anche alla velocità della connessione di quegli anni. Le immagini in questo caso sono in bianco e nero e, come i testi, sono racchiuse in circonferenze (▲ 6).

Se questo è l'aspetto visivo del numero 1 di *Tlön* pubblicato nella prima fase, quello

41 Cfr. Intervista dell'autrice a Gianni Sinni..., p. 585.

42 Ibidem.

43 I *dingbat* sono elementi decorativi derivati dalle famiglie di font che si utilizzano in tipografia come segno di richiamo o di stacco.

44 Cfr. Branzaglia, C., *L'edicola virtuale*, in "Linea grafica", 3, 1997, p. 62.

45 Cfr. Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave. Atti del convegno*, Milano: Costa&Nolan, 1998, p. 70.

della seconda si presenta graficamente più maturo e con una maggiore pulizia formale, in cui si presta attenzione sia al cosiddetto bianco tipografico in homepage sia alla tutela dell'unitarietà di peso e dimensione della titolazione in tutte le sezioni della webzine (▲ 7-8). Si continua a prediligere l'uso del carattere bastone e, come già anticipato all'inizio, si elimina il menu di navigazione, lasciando una maggiore libertà all'utente di navigare all'interno dello spazio virtuale della rivista. Anche in questo caso sulla parte di interazione con l'utente si può solo dedurre che i testi fungano da pulsanti e azioni, lo lascia presupporre il filetto che racchiude ad esempio i testi *Contents* e *Archive*.

Sebbene non sia stato possibile recuperare maggior materiale d'archivio su questo primo progetto di webzine, soprattutto a causa dell'obsolescenza sia dei supporti di conservazione sia della parte hardware e software dei computer dei quel periodo, analizzare l'esempio di *Tlön* è servito a comprendere meglio quali limiti imponga la strumentazione digitale negli anni Novanta e quali sono le riflessioni che stanno conducendo i progettisti di fronte all'avvento della multimedialità. Ambito che mette in crisi molti dei capisaldi su cui poggia la professione di allora di un graphic design, a cominciare dai processi, dalla dimensione differente della pagina a schermo o virtuale – che appare priva di spazi – e dalla terminologia. Nel caso della webzine *Tlön* una delle domande più frequenti postesi dagli ideatori è se ha ancora senso parlare di periodicità, dato l'intento collettivo di frequente aggiornamento sia nell'arco temporale sia per mano di chiunque faccia parte della comunità formatasi attorno alla webzine. Oppure si introduce una riflessione sulla modalità di fruizione e lettura degli spazi virtuali che inizia a mettere in crisi la lettura verticale della pagina virtuale. Queste perplessità affacciatesi nella fine del secolo scorso saranno poi le fondamenta dei dibattiti che si svilupperanno nel ventennio successivo con l'avanzamento repentino delle tecnologie e l'introduzione di nuovi device digitali, nonché del blog web *SocialDesignZine* ideato qualche anno dopo dallo stesso Sinni e Andrea Rauch (2003-2005).

6.2 I progetti con lo schermo: output digitale sulla carta

Dopo aver analizzato i progetti ideati per lo schermo in cui si sviluppano prima i linguaggi sperimentali digitali e si conducono le riflessioni iniziali sul cambiamento in atto con l'avvento del computer, si affrontano ora i progetti dei settori più tradizionali del graphic design. Individuati soprattutto negli anni Novanta, momento della consapevolezza italiana del digitale, appartengono agli ambiti della grafica editoriale o della tipografia che, a ben vedere, non subiscono grandi cambiamenti formali negli artefatti, conservando di fatto formati identici e alle volte anche la prassi di ideazione e realizzazione. Dal punto di vista dei linguaggi espressivi invece rispecchiano la rottura con le regole compositive tradizionali, prediligendo una ricerca più sperimentale sia nella composizione sia nell'elaborazione delle immagini.

Il computer, come già visto nei precedenti capitoli, facilità la realizzazione di alcuni effetti visivi e permette una maggiore flessibilità nella composizione, soprattutto laddove si tenta di ricreare l'interattività sui supporti cartacei e bidimensionali. Gli artefatti grafici analizzati come casi studio in questo paragrafo sono il risultato sia delle innovazioni introdotte dagli strumenti applicativi con i quali si progetta, ossia i software dedicati al graphic design, sia dei contesti particolari in cui essi prendono forma, rispecchiando soprattutto la volontà dei progettisti della 'generazione tecno-entusiasta' di emanciparsi dallo scenario grafico italiano percepito come reazionario.

I principali casi studio qui riportati, come nel caso della maggior parte di quelli precedenti, si aggirano in ambiti culturali 'marginali' – se si prende in prestito il termine usato da Carlo Branzaglia per descrive il panorama delle sottoculture italiane degli anni Ottanta e Novanta –, dove gli artefatti comunicativi riflettono le influenze della contaminazione e della sperimentazione senza subire il condizionamento dei gusti o delle richieste del mercato istituzionale. In questa particolare condizione sono ideati i progetti delle riviste *Climax* (1994-1998), *Cube* (1993-1999) e le identità visive di due differenti realtà legate all'intrattenimento notturno: quella per il Link project (1995-1999) di Bologna progettata da Loew Associati e quelle per la *club culture* italiana, circoscritta soprattutto all'Emilia-Romagna. Oltre a questi casi si indagano anche due ulteriori vicende: la prima legata al settimanale *Extra* (1995-1996) del gruppo editoriale del quotidiano *il manifesto*, esempio nell'ambito dell'editoria istituzionale, e la seconda relativa alla storia della fonderia Fontology, nel campo della tipografia digitale.

Dall'analisi di questi casi studio si registra un fenomeno interessante di quegli anni in cui il mercato delle merci, *in primis* quello dell'abbigliamento, coglie dal punto di vista grafico-visivo gli stimoli provenienti dagli "scantinati del pianeta per poi normalizzarli, annacquarli, proponendo un'ulteriore semantizzazione derivata da un altro collage di semilavorati individuabili come tali perché fusi nell'impostazione sinottica dell'immagine"[46]. Quindi da qui in avanti una serie di elementi compositivi, segni e colori tipici degli artefatti grafici dell'ambiente delle sottoculture ideati negli anni Novanta con il computer diventano di uso quotidiano nei progetti degli ambienti ben più convenzionali.

6.2.1 La singolare esperienza della rivista *Climax* (1994-1998)

Tra le prime esperienze editoriali individuate come casi studio della grafica digitale italiana degli anni Novanta si trova la rivista *Climax*, considerata come l'unico regesto dei progettisti più giovani appartenenti alla 'generazione tecno-entusiasta'. Difatti, oltre a essere la sola pubblicazione interamente dedicata allo scenario contemporaneo della grafica di quegli anni, si configura come uno dei pochi spazi di confronto e di sperimentazione dei linguaggi digitali. Segno in parte di un cambiamento che piano piano sta avvenendo, e che ha messo in moto delle energie a partire dalla scena del graphic design modenese, dove si cerca con tanta speranza e qualche difficoltà di creare un network tra le realtà progettuali italiane più sperimentali.

La rivista *Climax* è ideata nel 1994 dal poco più che trentenne Alessandro Jumbo Manfredini, graphic designer modenese, da sempre attento osservatore degli scenari internazionali più all'avanguardia e agli ambienti della cultura non istituzionale. Manfredini è un progettista grafico eclettico e il suo lavoro attraversa diversi campi, in cui è evidente l'influenza del suo background musicale e politico-culturale. Quando decide di avviare il progetto editoriale della rivista *Climax* si avvale del sostegno di Fabio Caleffi, editore di Happy Books, realtà situata a Modena che ha il merito in quegli anni di essere la prima a promuovere e vendere sul territorio nazionale le pubblicazioni di settore estere, tra cui anche quelle della Gestalten, famosa casa editrice tedesca.

Per realizzare questa impresa Manfredini si fa affiancare dal grafico appena ventenne Fabrizio Schiavi, al quale l'ideatore della rivista riconosce un enorme talento e una grande professionalità, e da Giorgio Cantadori, altro giovane progettista emiliano che collabora da tempo con Manfredini nell'ambito della committenza legata al settore dell'abbigliamento.

Dalla testimonianza del progettista modenese l'ideazione di un nuovo periodico nasce dall'esigenza di creare uno spazio o qualsiasi tipo di progetto "che indagasse e

46 Cfr. Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative*, Roma: Castelvecchi, 2004, p. 267.

parlasse del linguaggio digitale che si stava diffondendo”[47] in Italia negli anni Novanta, perché, sempre secondo Manfredini, c’è un’evidente mancanza di un luogo in cui confrontarsi interamente dedicato “ai primi grafici italiani che lavorano con il digitale”[48]. Inoltre, lo stesso progettista, afferma che “lo scenario italiano di quel periodo era stagnante, non c’è stato alcun dibattito sulla grafica digitale. Noi giovani lo vedevamo come uno strumento per sperimentare nuove cose e la vecchia generazione invece aveva un atteggiamento conservatore”[49]. Quindi, oltre a essere necessario dedicare una rivista ai grafici italiani che lavorano con il digitale e raccogliere le loro esperienze all’interno di un’unica pubblicazione corale, è chiara la voglia di raccontare uno scenario italiano differente da quello predominante e restituirne un’immagine più complessa e completa.

Le esigenze riscontrate nelle testimonianze di Manfredini si ritrovano tutte nel testo introduttivo del numero 1 del 1994 della rivista che recita: “*Climax*, oltre che ad informare, si propone di coinvolgere ed interessare quella irrequieta fascia di creativi che, nell’ambito del linguaggio grafico, sperimentano nuove e radicali forme di espressione visiva ed esplorano armati di mouse, le molteplici vie che lo sviluppo di mai esauste tecnologie ha loro indicato”[50]. In questa prima parte del testo si sottolineano due concetti fondamentali costituitivi delle scelte sia stilistiche sia tematiche adottate dall’ideatore della pubblicazione, *in primis* l’attenzione a una specifica fascia di progettisti, facendo presupporre che saranno loro i protagonisti delle pagine del periodico, e secondo la scelta di indagare principalmente i linguaggi realizzati con il computer.

Nel testo introduttivo si affrontano anche altri aspetti fondamentali, utili per comprendere meglio la natura della rivista. In primo luogo, si riscontra l’obiettivo di volersi confrontare con le esperienze editoriali internazionali di settore attraverso la frase “abbiamo scelto di privilegiare in Climax l’approccio squisitamente grafico alla comunicazione visiva, riconoscendo a pubblicazioni storiche quali *Emigre*, *Eye*, *Fuse*... il primato incontestabile in campo concettuale”[51], un chiaro riferimento ai periodici che vengono indentificati come esempi culturali e progettuali a cui riferirsi. In secondo luogo, si traccia l’identità della rivista, configurandola come “uno spazio libero e fruibile, aperto alle incursioni creative più incontrollate, [dove i progettisti possono sostenere] un dibattito visionario che [...] possa stimolare e risvegliare energie latenti, vocazioni accantonate e, perché no, indicare nuove soluzioni”[52].

Infine, si fa riferimento alla volontà di prendere in considerazione artefatti o linguaggi grafici che tentano di sganciare questi ultimi dal messaggio commerciale, quindi indagare prettamente il segno non necessariamente legato a un prodotto.

Continuando ad analizzare il primo fascicolo di *Climax* dal punto di vista dei contenuti, le prime doppie pagine sono dedicate alla promozione dei caratteri delle fonderie digitali internazionali, fra i quali il catalogo di FontFont e quello di Fuse, e dell’esordiente italiana Fontology – ideata nel medesimo anno della rivista e sostenuta sempre da Happy Books. Si susseguono delle doppie pagine sperimentali quasi del tutto prive di apparato testuale che indagano graficamente i concetti di corpo e linguaggio e si alternano alle pagine della rubrica promozionale sull’editoria pubblicata e distribuita dalla casa editrice modenese.

Essenzialmente il primo numero di *Climax* appare come un esercizio di pura sperimentazione segnica, al quale prendono parte i lavori di alcuni progettisti, di cui pochi facilmente individuabili se non attraverso l’apposizione della propria firma, come Giorgio Cantadori, Loris Castagnoli, il duo olandese Martijn Leenen & Sabine Manne, Manfredini e Schiavi.

Il secondo numero, pubblicato a distanza di quasi due anni, a differenza del primo introduce l’indice che dà la possibilità a posteriori di rintracciare velocemente i nomi dei contributori – tra cui ci sono oltre all’ideatore e a Schiavi, Fabrizio Bandini, Gianluca Bernardini, Carlo Branzaglia, Ken Bridger & Camilla Barrios, Cantadori, Gabriele Fantuzzi, Hype design, Flavio Kampah, Bob Kunder, Studio Kuni, LCD Graphics, Alessio Leonardi, Andrea Lugli, Fabio Mammi, Alessandra Morcella, Originale, Massimo Paganini, Angelo Sindaco, Sergio Tornaghi – e inoltre utilizza il testo dell’introduzione da una parte per giustificare il ritardo della seconda uscita e dall’altra per riportare le reazioni suscitate dal primo volume.

Anche in questo caso nell’introduzione si colgono due aspetti utili per ricostruire le vicende del periodico, da un lato si evince la difficoltà di riuscire a pubblicare un secondo fascicolo, questione legata molto probabilmente a ragioni economiche, e dall’altro si riscontra l’interesse e il successo che ha riscosso la prima pubblicazione. Difatti nel secondo volume sono aumentati di pari passo sia i progettisti ospitati sia il numero di pagine pubblicate. Inoltre, si tenta di arricchire gli approfondimenti inserendo un articolo breve e un’intervista, il primo è incentrato sulla problematica del copyright della tipografia digitale e la seconda raccoglie la testimonianza ironica di Alessio Leonardi sulla panoramica della grafica italiana degli anni Novanta. È necessario sottolineare che l’intervista è ironica perché, sebbene Leonardi usi un linguaggio caricaturale, italianizzando i nomi stranieri e raccontando la sua carriera in modo giocoso, emergono comunque tre questioni fondamentali: “la situazione dell’educazione nel campo della comunicazione visiva e in particolar modo della tipografia nelle scuole italiane è semplicemente disastrosa”; “in Italia si campa sulle vecchie glorie della tipografia, senza produrre nulla di innovativo. Siamo vittime di un conservatorismo viscerale contrario ad ogni forma di esplorazione”; “le lettere sono immagini che non lasciano dormire la fantasia”[53]. Sebbene appena accennato senza la possibilità di un ulteriore approfondimento, il quadro delineato da Leonardi è amaro, ma alquanto realistico sintetizzando soprattutto le mancanze percepite dai progettisti più giovani, un sentire comune spesso riscontrato anche nelle parole di chi appartiene alla generazione precedente. Leonardi, a differenza di molti altri suoi coetanei, non è un progettista autodidatta, bensì ha studiato all’ISIA di Urbino, dove ha potuto confrontarsi con una realtà eccellente nella formazione sulla grafica, ma a suo avviso carente su quella tipografica. Inoltre la sua condizione di giovane progettista emigrato a Berlino con un’esperienza lavorativa alle spalle nello studio Metadesign di Erik Spiekermann gli dà la possibilità di guardare la situazione italiana con maggiore obiettività.

Fatta eccezione per gli apparati testuali appena citati, anche il secondo fascicolo di *Climax* appare come un semplice quaderno di esercizi stilistici, sebbene sia più articolato e offra interpretazioni grafiche più mature e complesse sulla tematica del volume: i sette peccati capitali.

Dalla testimonianza di Manfredini, il terzo numero della rivista è interamente dedicato alla celebrazione dei vent’anni della nascita dell’azienda statunitense Apple, contributo grafico che viene esposto nella mostra *20x20 Climax vs Apple* ospitata

47 Cfr. Intervista dell’autrice ad Alessandro Jumbo Manfredini, 27.07.2019, Venezia, p. 488.

48 Ibidem.

49 Ibidem.

50 *Intro*, in “Climax”, 1, 1994, p. 4 [Archivio privato Manfredini].

51 Ibidem.

52 Ibidem.

53 Cfr. Intervista ad Alessio Leonardi, in “Climax”, 2, 1996, pp. 34-35 [Archivio privato Manfredini]

nell'edizione del 1997 della fiera riminese *NigthWave*, approfondita nel terzo capitolo di questa tesi.

Questo fascicolo non differisce molto dai precedenti, anzi è la loro prosecuzione: conserva ad esempio l'indice dei progettisti ospitati, tra i quali si trovano dei nuovi ingressi, come lo studio Vitamina, Stefano Tonti e il duo Giorgio de Mitri e Patrizia Di Gioia.

Il quarto e ultimo numero di *Climax*, pubblicato nel 1998, chiude la breve esperienza editoriale con un fascicolo completamente differente dagli altri per diverse ragioni: è interamente sponsorizzato dall'azienda giapponese Casio che propone il tempo come tematica del periodico per promuovere il G-Shock, l'ultimo modello prodotto nel settore dell'orologeria introduce l'uso dei colori e la stampa in quadricromia. Difatti dal punto grafico l'idea di Manfredini è quella di realizzare *Climax* connotandola visivamente di volta in volta con un'accoppiata cromatica differente sia per ragioni economiche sia perché, come sostiene il progettista modenese "ci piaceva l'idea di realizzare un magazine in cui rappresentare due mondi opposti che si univano in uno solo"[54], dove i due mondi simboleggiano appunto i due colori impiegati nel progetto editoriale.

La scelta progettuale appena accennata fa parte del progetto grafico di *Climax* di seguito analizzato. Partendo dalle dimensioni che rientrano nel formato standard A4, la rivista è caratterizzata, appunto, dall'uso della bicromia. In linea con l'intento di essere un artefatto comunicativo di rottura con la grafica tradizionale italiana, si prediligono colori acidi e accesi. Nel primo fascicolo, infatti, si utilizza il binomio viola e verde acido, nel secondo il rosa shocking in opposizione al verde bottiglia mentre il terzo numero è contraddistinto dall'arancione e dal viola; in questo modo è facile individuare già dalle copertine a quale numero ci si riferisce (▲ 1).

Oltre alla scelta cromatica, evidentemente in linea con le tendenze grafiche internazionali se si raffronta con la rivista britannica *Fuse*, *Climax* non ha alcuna regola né griglia compositiva, nelle sue doppie pagine regna cioè l'anarchia. La peculiarità di affidare una o più doppie pagine a un singolo progettista rende il periodico affine alle scelte degli esordi di *Emigre*, caratterizzandolo perciò come un caleidoscopio di linguaggi e approcci, in cui si mescolano segni grafici semplici e complessi, fotografie elaborate al computer – sono evidenti sia l'effetto blur nella rarefazione di alcune di esse sia quello della solarizzazione –, fotocollage digitali, segni vettoriali e tantissima tipografia (▲ 2- 6). Quest'ultima è manipolata, spezzettata e trasformata in un oggetto privo di significato, diventando essenzialmente una forma come altre e spesso è sovrapposta a sfondi costruiti da una moltitudine di livelli in cui è compromessa anche la sua leggibilità. In certi casi, per enfatizzare ulteriormente l'espressività dei caratteri, si predilige l'uso simultaneo di più stili e di diversi pesi tipografici.

Le uniche doppie pagine che propongono un minimo di griglia nella composizione sono quelle delle prime due uscite, dedicate all'apparato editoriale della casa editrice Happy Books. Infatti in questo caso è evidente l'uso di una griglia a colonne la quale permette una lettura verticale continua, gerarchizzando anche le informazioni (▲ 7). Queste doppie pagine comunque sono vibranti, l'utilizzo delle cornici asimmetriche e distorte sulle immagini fotografiche attribuiscono visivamente a queste ultime un senso di tridimensionalità e di distacco dal fondo (▲ 8).

Per quanto riguarda la veste grafica del terzo numero si rilevano alcuni aspetti visivi differenti (▲ 9-12). *In primis* si evince un uso più consapevole dei software applicativi per il disegno vettoriale, difatti molte doppie pagine raffigurano segni e immagini vettoriali, secondo l'omaggio al ventennio dell'azienda Apple è raffigurato in due modi: raffigurando l'ambiente di lavoro del sistema operativo del computer; impiegando metafore visive legate all'immaginario informatico rappresentandole con un estetica bitmap sofisticata e

54 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini..., p. 488.

dal segno più pulito e meno rarefatto, risultato dell'avanzamento tecnologico degli anni Novanta.

Nel quarto e ultimo numero è maggiormente evidente l'influenza di una cultura visiva sempre più permeata dalla pubblicità, dalla multimedialità e da una moltitudine di linguaggi ormai quasi figli del nuovo prossimo millennio. Nelle doppie pagine, complice anche la stampa a colori, è difficile percepire visivamente l'unitarietà imposta dalla tematica in comune, si ha più la sensazione di una narrazione visiva disomogenea più affine al mondo dell'arte performativa e della moda (▲ 13-16).

Nonostante dall'analisi grafica emerga fortemente il carattere sperimentale di *Climax*, a tal punto da essere considerata dal progettista Gianni Sinni "una palestra di esercitazioni, anche molto interessante", le vicende della rivista si concludono nel 1998 con la pubblicazione appunto del quarto numero. Tra le motivazioni della conclusione dell'esperienza c'è innanzitutto un problema legato alle poche risorse economiche messe a disposizione dalla casa editrice per la stampa e la distribuzione, poi c'è anche la necessità di Manfredini di chiudere questo progetto che, a suo avviso, ha perso sia la verve iniziale sia la sua ragion d'essere, perché non rispecchia più le riflessioni sulla comunicazione della fine dell'ultimo decennio del Novecento. Inoltre, sempre dalla testimonianza del progettista modenese, emerge un altro aspetto: dietro l'ideazione di *Climax* "non c'era un progetto di marketing, non avevamo pianificato nulla di questo progetto nato più dall'istinto che dalla razionalità"[55] e quindi si configura come un artefatto dal carattere temporale limitato.

Infine a *Climax* va riconosciuto a posteriori, come afferma Sinni, il merito di aver "rappresentato un modo di vedere la grafica molto innovativa per l'Italia: fino allora nessuno aveva preso in considerazione che questo tipo di lavori potesse essere considerato grafica"[56].

6.2.2 L'editoria underground si confronta con quella istituzionale: le riviste *Cube* (1993-1997) ed *Extra* (1995-1996)

Differente dal progetto editoriale precedente, nato all'interno della comunità del graphic design, è la genesi degli altri due periodici individuati come casi studio in questa ricerca, ossia *Cube* (1993-1997) ed *Extra* (1995-1996). Entrambe le riviste sono diverse dall'esperienza di *Climax* sia per le intenzioni della loro ideazione sia per la tipologia delle tematiche affrontate, ma nello specifico si distinguono dalla pubblicazione progettata da Manfredini per il contesto in cui nascono e il pubblico con cui interagiscono.

Partendo dalle vicende della rivista *Cube*, realizzata sempre all'interno della realtà progettuale modenese grazie all'intuizione di Giorgio de Mitri e alla creatività di Patrizia Di Gioia, questa prende vita in un contesto molto specifico e profondamente collegato alla *street culture* e di conseguenza alla *street wear*, uno dei maggiori settori in cui si sviluppa il lavoro di comunicazione del duo modenese. Difatti questa rivista rispecchia non solo i loro interessi, ma soprattutto la tipologia di committenza dello studio de Mitri & Di Gioia – trasformatosi in Sartoria Comunicazione nel 1998 –, già avvezzi dai primissimi anni Novanta a lavorare dapprima per la scena dei club musicali della provincia di Modena e successivamente per le aziende locali e internazionali di abbigliamento *street wear*, tra le quali si annoverano Energie, Fornarina, Nose Scarpe e Slam Jam.

La rivista *Cube* nasce nel 1990 da un'idea di de Mitri che da qualche anno sta approfondendo per interesse personale le tematiche attorno a un emergente genere

55 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessandro Jumbo Manfredini..., p. 491.

56 Ibidem.

musicale, ovvero l'hip hop e la sua cultura visiva. De Mitri non è nuovo nella scena editoriale modenese, già nel 1989 si cimenta con la fondazione del periodico *MenteLocale*, sostenuto dall'editore Ettore Zanfi, che si occupa specificatamente di tematiche legate al mondo delle culture giovanili nascenti. Da questa prima esperienza nasce l'esigenza di ideare un progetto editoriale autoprodotto e prende vita *Cube*, inteso fin dall'inizio dalla sua progettista come "una sorta di palestra o spazio libero in cui potevamo esprimere al meglio noi stessi sia dal punto di vista della veste grafica sia dal punto di vista dei contenuti"[57].

Inizialmente il periodico si configura dal punto di vista del progetto grafico come un artefatto a metà strada tra un ottavo/sedicesimo promozionale e una fanzine, dove si affrontano argomenti legati al mondo della musica e della moda, conservando il formato quadrato – dalla testimonianza della Di Gioia forse misura 16*16 cm – e tascabile degli artefatti comunicativi che sono soliti progettare per la comunicazione promozionale delle discoteche per le quali lavorano. Difatti l'idea di realizzare una rivista di questo genere nasce proprio dall'esperienza con la loro principale committenza dei primi anni Novanta, periodo in cui promuovono i clienti e loro stessi inviando flyer, biglietti e pieghevoli via posta.

Quindi per circa tre anni *Cube* non si configura come una vera e propria rivista e solo a partire dalla fine del 1993 prende forma come un progetto più complesso dal punto di vista sia dei contenuti sia del progetto grafico, conservando la sua natura di artefatto autoprodotto. Per quanto riguarda i contenuti, alle tematiche della musica e della moda si aggiungono quelli dell'arte e del cinema, evidenziando ulteriormente l'interesse del suo ideatore verso la *street culture* e la *street art*, e grazie alle sponsorizzazioni dei principali brand di *street wear* questa esperienza si consolida sempre più come un progetto dal respiro internazionale e dalla veste grafica più articolata.

Prima di approfondire gli aspetti meramente progettuali, bisogna specificare però che la rivista *Cube* negli anni subisce ulteriori trasformazioni, dal 1998 fino al 2000 assume infatti la forma di bookzine, diventando così una rivista-oggetto dalla tiratura limitata, diffusa per via informale soprattutto nella cerchia internazionale di amici e sostenitori di Sartoria Comunicazione tanto da divenire un oggetto da collezione. Inoltre, dalla testimonianza della Di Gioia, emerge un ulteriore e più recente mutamento di questo progetto editoriale. Negli anni Duemila il duo modenese decide che *Cube* "sarebbe diventato qualcosa di iconico, trasformandolo in un vero e proprio libro monografico interamente dedicato ad un artista o a uno specifico argomento da trattare, frutto di una ricerca concettuale più matura. Infatti gli ultimi volumi di *Cube* sono connotati esclusivamente da immagini e nient'altro. È una ricerca visiva vera e propria"[58]. Da tale trasformazione ne consegue che il risultato di questa ricerca dà vita a una pubblicazione a metà strada tra un libro d'autore e un volume fotografico dove la presenza dell'apparato testuale è minima.

Approfondendo la veste grafica della rivista nell'arco temporale che va dal 1993 al 1995[59] ciò che è evidente è la commistione del linguaggio, punto di incontro sia tra i segni provenienti da vari contesti culturali sia dai media impiegati per narrare la *street culture*, situazione resa possibile grazie all'impiego della strumentazione digitale.

Nelle doppie pagine di *Cube* si nota fin da subito da una parte la sperimentazione e la ricerca visiva attuata dalla Di Gioia e dall'altra l'influenza dell'approccio di Neville Brody, dal quale la graphic designer modenese trae inspirazione. Questo aspetto si evince soprattutto nell'utilizzo dei caratteri che, come afferma la progettista, sono proprio quelli distribuiti attraverso il floppy disk in dotazione con l'abbonamento alla rivista inglese *Fuse*, quindi nelle pagine di Cube si impiegano alcune delle font della fonderia digitale FontShop.

A partire dall'analisi dal sommario del numero 2/3 del 1993 (▲ 1) sono evidenti due aspetti grafici tipici della grafica degli anni Novanta: la presenza di una gabbia compositiva decostruita e l'uso espressivo della tipografia, elementi che si ritrovano anche in altre doppie pagine interne. Ad esempio, nella doppia qui riportata del medesimo numero il testo della pagina destra assume la sagoma, in questo caso, della lettera 't' (▲ 2). Ulteriori aspetti tipografici evidenti sono l'impiego di caratteri differenti in dimensione, peso e stile, la predilezione di font condensed per segnare i numeri di pagina (▲ 3-4) e l'uso del pacchetto di testo sdoppiato e sovrapposto nelle prefazioni dei principali articoli. Quest'ultima operazione, oltra allo sdoppiamento e alla sovrapposizione comporta l'attribuzione del colore bianco al testo sottostante per renderlo maggiormente leggibile qualora venga posizionato su sfondi pieni o immagini a colori (▲ 5-6). Per di più nella rivista *Cube* si prediligono da una parte i colori accesi e fluorescenti, in linea con i linguaggi della *street art*, dall'altra elementi vettoriali geometrici o astratti che alle volte diventano ricorrenti nelle specifiche rubriche, ad esempio quella dedicata al cinema (▲ 7-8). Sempre nel caso della rubrica *Juice*, in cui confluiscono gli articoli rivolti al cinema, ai libri, alla musica e alle news internazionali, ogni numero è identificato con un'accoppiata cromatica che varia di numero in numero e che contraddistingue cromaticamente quasi l'intero fascicolo (▲ 9-10).

Infine, per quanto riguarda l'uso delle immagini, si prediligono quelle fotografiche dove sono evidenti vari trattamenti digitali: dalla sfocatura alle solarizzazione, dall'uso di foto in bianco e nero ai viraggi nella bicromia identificativa del fascicolo, fino all'utilizzo di tanto in tanto di fotocollage.

Dall'analisi della veste grafica di *Cube* emerge maggiormente come cifra distintiva della Di Gioia la passione per la tipografia e la sua ricerca visiva sperimentale alle volte caotica e ridondante, un chiaro riferimento agli approcci internazionali degli anni Novanta.

Di natura opposta, soprattutto per la tipologia di contesto in cui nasce, è il secondo caso studio di *Extra* (1995-1996), il settimanale del quotidiano *il manifesto*. A differenza del periodico modenese, *Extra* è ideato in una realtà editoriale dal carattere più istituzionale e nazionale dato che è interamente progettato nella redazione di uno dei più importanti quotidiani italiani. A questi primi e chiari fattori di diversità si aggiungono quelli della ampia tiratura di *Extra* e il conseguente confronto con un pubblico più vasto che di certo non rappresenta la nicchia alla quale si rivolge *Cube* e che potrebbe giudicare con occhio critico la veste grafica poco tradizionale proposta dal gruppo progettuale diretto dal progettista Piergiorgio Maoloni[60], condizionandone perfino la pubblicazione.
L'esperienza del settimanale *Extra* di fatto è breve, dura soltanto un anno con l'uscita di ben quattordici numeri, e dalle poche fonti rintracciate non è possibile ricostruirne

57 Cfr. Intervista dell'autrice a Patrizia Di Gioia, via WhatsApp, 14.04.2021, p. 444.

58 Ibidem.

59 Si fa riferimento a quest'arco temporale in base al materiale d'archivio recuperato e analizzato dall'autrice nella Fondazione de Mitri a Modena.

60 Piergiorgio Maoloni (Orvieto, 1938-Roma, 2005) è stato uno dei più importanti grafici italiani a rivoluzionare la grafica editoriale di diversi quotidiani italiani. È stato l'art director della redazione grafica de *il manifesto* dal 1973, sostituendo Giuseppe Trevisani, fino alla fine degli anni Novanta.

adeguatamente la genesi e la fine[61]. Ciò che è certo è che a luglio 1995 raccoglie l'eredità del supplemento del sabato de *il manifesto*, intitolato *suq*, di cui è condirettore il giornalista Roberto Silvestri, e che nella squadra della redazione progettuale è un giovane trentenne, Vincenzo Scarpellini[62] a occuparsi direttamente della veste grafica di molti numeri sotto l'occhio vigile di Maoloni, art director dei primi numeri[63].

L'intento iniziale del settimanale è quello di essere una spazio fluido per elaborare con nuove forme di linguaggio scritto e visivo, dove si cerca di affrontare le tematiche culturali più vicine al mondo giovanile, spaziando così dal cinema all'arte, dalla cultura digitale alla musica, dalla letteratura al teatro. Per adempiere a questo obiettivo Silvestri sente la necessità di svincolare l'aspetto grafico del settimanale dalle rigidità del quotidiano e propone alla redazione grafica di "rubare [la lingua] ai graffiti, al rap e al calypso, [perché] per megafonare la verità non basta leggere il testo giusto già scritto. Bisogna gonfiarne ogni lettera, azzardando sul sapore che si fabbrica". Difatti la veste grafica di *Extra* è irriverente, le sue pagine sono decentrate, ipertestuali e senza un preciso ordine di lettura, in un certo senso anche disordinate. L'aspetto più interessante di questa rivista risiede nel confronto con il dilagante strumento digitale, il computer, che non avviene soltanto attraverso le scelte grafiche da Scarpellini, ma anche mediante le sue considerazioni contenute in due articoli del settimanale. Scarpellini risponde infatti alle critiche espresse da buona parte del pubblico verso la nuova veste grafica del periodico che giudicano "troppo difficile da leggere"[64] oppure un'operazione di "vuoto formalismo" laddove il testo di *Extra* è "un significante che, perso il suo significato, si trasforma in pura immagine"[65]. Alla prima recriminazione sulla difficile leggibilità dei testi, la cui discontinuità visiva impedisce di effettuare una lettura lineare il progettista replica spiegando passo dopo passo le motivazioni che spingono le persone a non accettare il nuovo aspetto grafico del periodico:

> "Extra appare 'selvaggio' fra i giornali italiani, soltanto perché cerca di uscire dai dogmi della cultura modernista e la sua ossessione di 'chiarezza', 'leggibilità' e 'soluzione dei problemi'. Idee che, al loro nascere, furono in radicale opposizione al conservatorismo, ma che ora sembrano incapaci di cogliere l'importanza, la complessità e la diversità della cultura contemporanea. Forse nessuno è mai vissuto nel mondo puro e armonioso sognato dai razionalisti, ma oggi, più che allora, nessuno ci può vivere. Radio, tv, giornali, computer, cinema, musica, pubblicità (e i loro confini sempre più sfumati) ci obbligano a un linguaggio diverso, perché il nostro ambiente ormai coinvolge simultaneamente tutti i sensi e costringe a diventare, tutti, 'visual-letterati' (ma i più giovani fra noi lo sono già"[66].

In un certo senso con questa risposta, Scarpellini ci aiuta a comprendere le sue scelte progettuali ma non solo. Ci fa presagire che un linguaggio fuori dai canoni modernisti, come quello promosso nella metà degli anni Novanta grazie alle potenzialità

61 La scomparsa prematura di Vincenzo Scarpellini e le difficoltà causate della pandemia nello spostarsi liberamente tra le regioni e raggiungere l'unica parente del progettista che conserva tutto il suo materiale condizionano la ricostruzione delle vicende di questo progetto preso come caso studio.

62 Vincenzo Scarpellini (Ascoli Piceno, 1965- San Paolo del Brasile, 2006) progettista grafico attivo nel campo della grafica per i quotidiani. Entra a far parte della redazione de *il manifesto* nel 1989 seguendo nello specifico i supplementi settimanali.

63 Si veda: Scarpellini, K., *Vincenzo Scarpellini e le copertine di Suq*, comunicato stampa, s.d. [Archivio privato Scarpellini].

64 Cfr. Scarpellini, V., *Lettere anonime*, in "Extra", 4, 29 gennaio 1996, p. 38.

65 Ibidem.

66 Ibidem.

tecnologiche del computer, viene erroneamente etichettato come caotico, superficiale, di bassa qualità o soltanto un'espressione alla moda anche al di fuori dell'ambito del graphic design. Quindi la reticenza verso il digitale, soprattutto applicato a settori tradizionali come l'editoria, sembra essere, dalle parole di Scarpellini, un atteggiamento diffuso più in generale nella società italiana.

Nonostante le critiche dei lettori, l'attenzione alla complessità della società e l'interesse verso i linguaggi e le strutture dell'era digitale sembrano essere invece interpretate adeguatamente nelle doppie pagine di *Extra*, dove appunto il progettista cerca di ricostruire i flussi di informazione aggiungendo espressività e immediatezza visiva alla lettura. Queste qualità si ritrovano nelle pagine di *Extra* soprattutto nell'alternanza di stili e pesi tipografici differenti – in parte come già visto in quelle della rivista *Cube* –, e nel posizionamento del testo corrente degli articoli, che in alcuni casi segue orientamenti di lettura sia orizzontali sia verticali e in altri scende nella pagina accorpandosi in pacchetti di parole dense, prive di interlinea oppure, al contrario, si apre in funzione di una spaziatura maggiore (▲ 1-2). Inoltre, alla preponderante variazione tipografica, si affianca anche quella cromatica, spesso l'attribuzione di più colori in un unico articolo o in una doppia pagina serve a enfatizzare alcune parti testuali oppure a orientare il lettore nella lettura laddove c'è una sovrapposizione di contenuti e forme o, ancora, ad assegnare una precisa gerarchia all'apparato testuale (▲ 3). Anche in questo caso si predilige una gamma cromatica ampia, dove convivono i colori primari con quelli terziari e accesi. Non è un caso che *Extra* sia il primo settimanale a colori pubblicato dalla redazione de *il manifesto*.

Seppure a una prima analisi la tipografia può sembrare disposta caoticamente, in realtà trova il suo equilibrio anche quando segue il profilo delle immagini o dei fondini (▲ 4), restituendo un senso di fluidità all'intera composizione della pagina. Questo senso di fluidità o di matericità dei caratteri tipografici si ritrova anche nel caso della doppia pagina dell'articolo *La fabbrica di San Pietro* del numero 4 del 1996, dove alcune parti del testo corrente sono deformate attraverso dei rigonfiamenti circolari restituendo immediatamente la sensazione, da un lato, della tridimensionalità delle parole e, dall'altro, della loro interattività con il lettore.

Invece, per quanto riguarda il ruolo delle immagini, queste sembrano essere secondarie nel progetto grafico di Scarpellini lasciando così maggiore spazio all'espressività testuale fortemente ricercata.

Nel frattempo il progettista cerca di spiegare meglio il suo approccio e le sue ricerche visive nell'articolo *Au revoire Extra*, dove scrive che la rivista "con le sue pagine a dimensione monitor [del computer], ha ricostruito un ambiente capace di soddisfare le due necessità: spazio di immediato impatto visivo e complessa decodifica dei segni"[67] e aggiunge infine che lo scopo della veste grafica progettata non è quello di dare la stessa forma a ogni racconto, bensì "tutti gli elementi visivi cercano di essere dentro il racconto".

Sempre nello stesso articolo, Scarpellini riporta anche alcune importanti riflessioni sull'uso del computer nella redazione sia di *Extra* sia del quotidiano *il manifesto* per spiegare ancora una volta ai rimostranti l'importanza di questo nuovo strumento nella progettazione:

> "Extra non ha usato il computer come neutro mezzo di espressione ma, compresi potere e limiti, li ha assunti (anziché combatterli) per diventare espressione del mezzo, dichiararne la natura. Se è vero che concettualmente non è cambiato nulla in tipografia, il computer ne ha stravolto modi e tempi di produzione. Certe soluzioni grafiche che una volta erano assai complicate, adesso fanno

67 Cfr. Scarpellini, V., *Au revoire Extra*, in "Extra",14, 8 aprile 1996, p. 29.

parte del linguaggio diffuso, che cambia e diventa più complesso. Come 'non si può non comunicare', così non si può sfuggire alle condizioni (e alle possibilità) del mezzo tecnico (e del nostro tempo). Immagini e testo sono poste sullo stesso piano nello schermo del computer e possono essere elaborati simultaneamente"[68].

Sebbene l'esperienza di *Extra* sia breve riesce comunque ad affrontare alcune sintetiche riflessioni sulla digitalizzazione della comunicazione rivolgendosi soprattutto a un pubblico più ampio rispetto a quello di una rivista di graphic design. Attraverso la sua veste grafica dirompente e di rottura con la tradizione editoriale dei quotidiani Scarpellini sposta il dibattito altrove e assume quasi il ruolo di educatore visivo delle masse, in un contesto più istituzionale e non underground come nel caso di *Cube*.

Difatti questi due progetti editoriali raccontano l'ambito della grafica editoriale italiana degli anni Novanta da due opposti e diversi punti di vista, aiutando a ricostruire le dinamiche della diffusione della strumentazione digitale attraverso i principali linguaggi utilizzati come risposta e risultato di questo dilagante processo. Nonostante le sostanziali differenze dei due artefatti comunicativi è evidente come queste si neutralizzino di fronte all'adozione di certi linguaggi espressivi strettamente connessi all'impiego del computer e frutto della traduzione della complessità della grafica digitale.

6.2.3 Le icone grafiche della notte

Gli anni Novanta rappresentano per molti dei progettisti della "generazione tecno-entusiasta", allora poco più che trentenni, un periodo di grande sperimentazione non solo dei linguaggi, ma anche degli ambiti progettuali nei quali si cimentano. Uno degli ultimi campi d'indagine relativi al progetto grafico inteso come output digitale sulla carta è quello delle identità visive per nuovi settori produttivi. E, nello specifico, si fa riferimento all'industria dell'intrattenimento. Questo inedito mercato in Italia si sviluppa su due principali filoni, il primo costituito dalle realtà musicali indipendenti, dove si offre una vasta gamma di proposte culturali tra le quali i concerti e una serie di attività artistiche e performative, e il secondo riguarda prettamente i club notturni da quelli più commerciali a quelli più di nicchia. La collocazione geografica di tale settore in certi casi è circoscritta, come già visto nei precedenti capitoli, in aree geografiche strettamente connesse all'indotto del turismo. Difatti alcune delle realtà progettuali individuate come casi studio sono concentrate nell'area della riviera romagnola, dove si trovano i due maggiori centri balneari della zona, ossia Riccione e Rimini, e sono correlate alle più iconiche discoteche, tra le tante il Peter Pan, il Cocoricò, l'Ethos club e il Paradiso.

Il fenomeno della comunicazione legata all'universo dell'intrattenimento notturno costituisce un banco di prova per diversi giovani progettisti e tra le figure principali che collaborano per il secondo filone indagato si trovano: Patrizia Di Gioia, Alessandra Morcella e Stefano Tonti. Questi graphic designer contribuiscono allo sviluppo di un ambito progettuale, nato sul finire degli anni Settanta, che si consolida soprattutto nella prima metà del decennio successivo, quando viene introdotta nella scena musicale la musica elettronica e successivamente, negli anni Novanta, dilaga anche grazie alla diffusione della strumentazione digitale nel medesimo settore. La necessità da parte delle discoteche di assumere identità sempre più riconoscibili e competitive in un ambito in continua crescita spinge molti impresari a rivolgersi a progettisti più attenti ai linguaggi contemporanei e in linea con gli standard internazionali.

68 Ivi, p. 28.

Mentre il primo caso studio esaminato in questo paragrafo, l'esperienza dello studio Loew Associati, si inserisce nel filone della musica indipendente e degli spazi alternativi, collegandosi alle vicende del centro sociale Link project di Bologna.

6.2.3.1 L'esperienza collettiva di Loew Associati (1995-1999) per il Link project di Bologna

La vicenda del collettivo Loew Associati si sviluppa all'interno del Link project di Bologna che non rappresenta una realtà aziendale bensì un singolare caso di spazio aggregativo, o meglio un centro sociale occupato, istituito nel 1994. Lo spazio in cui prende vita Loew Associati a differenza di altre situazioni simili cerca fin da subito di instaurare un dialogo con le istituzioni bolognesi per garantirsi una legalità, ma anche un riconoscimento come fulcro di produzione culturale. Effettivamente, al di là dell'offerta dei concerti e delle serate musicali dedicate all'ambiente musicale underground italiano, il Link offre fin da subito una programmazione differente, incentrata più sulle differenti realtà culturali, associative e progettuali che si inseriscono nei suoi spazi fisici, proponendo una serie di iniziative tra le quali laboratori, performance teatrali e corsi trasversali a diversi media. All'interno del Link orbitano le più disparate figure autoriali, ognuna con uno specifico orientamento, molte delle quali in seguito avviate a un'autonomia professionale come nel caso di Loew Associati.

Come già anticipato nel quinto capitolo, sono diversi i gruppi che prendono parte al progetto associativo del Link e tra questi ci sono delle realtà progettuali significative come Opificio Ciclope, Officine Alchemiche e appunto Loew Associati, attivi in diversi campi, dalla produzione multimediale al teatro, dal graphic design alla produzione musicale.

Nello specifico la realtà progettuale che si occupa di graphic design si forma nel 1996 a seguito di un laboratorio, poi collettivo di comunicazione visiva, al quale partecipano sia i due principali progettisti Remo Boscariol e Graziano Mannu sia Lucio Polito dell'Opificio Ciclope, la realtà associativa che dentro il Link si occupa di produzioni multimediali. L'ideazione del nome del collettivo, divenuto successivamente uno studio, deriva, come afferma Mannu, dalla figura del rabbino Judah Loew ben Bezalel, al cui nome è legata la leggenda ebraica della creazione del golem di argilla. Associare la creazione della comunicazione all'ideatore di un essere vivente plasmato dalla materia grezza affascina e convince tutti i componenti del collettivo.

Quindi a partire dal 1996, per rispondere alle esigenze organizzative del Link, lo studio Loew inizia a progettare l'identità degli eventi ospitati e prodotti negli spazi dal centro sociale. Si realizzano così manifesti, flyer, inviti, persino una house organ, "tutti lavori legati da un unico filo conduttore, quello dell'immediatezza, che trasmette la varietà e la molteplicità dell'ambiente in cui nascono"[69], dove le economie non sono tali da supportare grandi campagne di promozione e raffinati espedienti di stampa. Soprattutto in un contesto cittadino molto competitivo in cui i muri della città pullulano di manifesti e comunicazione rivolta principalmente al pubblico giovanile e agli studenti universitari.

E sono proprio la scarsità di risorse economiche e la necessità di distinguersi dalle altre realtà culturali bolognesi che spingono Boscariol e Mannu a ideare tutta una serie di stratagemmi di produzione e linguaggi ben identificabili che, secondo Branzaglia, costituiscono il marchio di fabbrica del Link e non la sua corporate image[70].

69 Cfr. Marlia, S., Sfligiotti, S., *The Missing Link: Loew & Associati*, in "Abitare", 397, 2000, p. 124.

70 Op. cit. Branzaglia, C., *Marginali*..., p. 267.

Per prima cosa, dalla testimonianza di Mannu emerge la scelta di non impiegare formati standardizzati per la stampa dei manifesti, ponendosi difatti

> "come dogma il formato, ovvero tutti i manifesti, a parte alcune eccezioni, avevano un formato quadrato. Il 95% della nostra produzione è realizzata in un formato 60x60 cm dal quale recuperavamo [...] lo scarto di stampa dal formato tradizionale 70x100 cm. In seguito divenne 70x70 cm, in modo tale da essere sempre più riconoscibili pur non possedendo una style guide. Al tempo ci imponemmo anche altri limiti, tipo un minimo di style guide per come e dove scrivere l'indirizzo, le informazioni di servizio, ad esempio, l'indicazione della mail a corpo 9 o 8 al piede del manifesto. Infatti l'aspetto interessante di questa decisione era che quando si vedeva in giro per Bologna un manifesto quadrato tutti sapevano che era del Link"[71].

Il recupero degli scarti di stampa dei manifesti permette di ottenere dal foglio macchina la carta necessaria per i flyer e altri artefatti comunicativi.

Oltre che nei manifesti e nei flyer della programmazione del Link il formato quadrato viene impiegato anche nel progetto grafico della rivista, pubblicata dal 1996 al 2000, anno definitivo dello scioglimento dello studio Loew Associati.

Dal punto di vista espressivo i loro artefatti grafici presentano sempre forme astratte, estremamente sintetiche, molto definite, che si mescolano alle immagini fotografiche, spesso in bianco e nero, e si assemblano con gli altri elementi per libera associazione (▲ 1-2). Le fonti dalle quali attingono Boscariol e Mannu non sono quasi mai riconducibili al soggetto del messaggio e vengono utilizzate senza un'apparente preoccupazione per coerenza e regole codificate. Inoltre, ritornando alle caratteristiche delle immagini fotografiche, esse si presentano scomposte, riassemblate e alle volte appaiono evidentemente rielaborate al computer, attraverso la sfocatura così in voga nel graphic design degli anni Novanta. A questi aspetti formali e compositivi si aggiungono inoltre le scelte cromatiche, dove si prediligono, sempre per ragioni economiche, la stampa bicromatica e l'uso di colori terziari dai toni non saturi.

L'impiego della bicromia è una costante progettuale anche nelle doppie pagine della rivista (▲ 3-5), dove si alternano composizioni testuali di impostazione più tradizionale a testi sagomati attorno a figure geometriche semplici. Dal punto di vista della tipografia si predilige l'uso di caratteri bastone dalle forme contemporanee, senza ricorrere però all'approccio tipografico espressivo caratteristico degli ambienti subculturali di quegli anni.

L'approccio di sintesi dello studio Loew e la capacità innata di sapere adattare la grafica ad ambienti e situazioni disparate, anche con limitati mezzi economici, danno vita alla scelta stilistica che Branzaglia descrive a posteriori come "*mood lounge*"[72], che diviene apprezzata anche al di fuori degli spazi del Link. Difatti dal 1998 riconosciuta l'efficacia dei loro lavori, Boscariol e Mannu iniziano a occuparsi di committenze esterne, nello specifico del settore della comunicazione di eventi culturali.

6.2.3.2 La *club culture* italiana interpretata da Patrizia Di Gioia, Alessandra Morcella e Stefano Tonti

Come già anticipato la scena della *club culture* italiana si concentra soprattutto nell'area emiliano-romagnola lungo la costiera adriatica dove si trova il maggior numero di discoteche che hanno fatto la storia dell'industria dell'intrattenimento notturno nazionale.

71 Cfr. Intervista dell'autrice a Graziano Mannu, via Skype, 21.05.2020, p. 495.

72 Op. cit. Branzaglia, C., *Marginali*..., p. 267.

Nello specifico si analizzano i progetti di alcuni componenti della 'generazione tecno-entusiasta' che contribuiscono a diffondere linguaggi sperimentali realizzati mediante l'impiego della strumentazione digitale.

La progettista che si occupa per prima dell'identità di una discoteca e adopera pionieristicamente il computer è Alessandra Morcella, che inizia a collaborare con il club Cellophane di Miramare verso la fine degli anni Ottanta. Dalla sua testimonianza emergono soprattutto due questioni fondamentali, la prima relativa al suo linguaggio, che lei stessa afferma di essere esclusivamente tipografico e connotato dall'utilizzo di "diversi caratteri mixati tra di loro, trasformati e deformati con le possibilità del software Photoshop"[73]. In secondo luogo la Morcella evidenzia che in quegli anni l'ambiente delle discoteche sta iniziando allora a interessarsi sempre più agli aspetti della comunicazione visiva, affidando la propria identità a dei professionisti, difatti la progettista sostiene che "in Italia eravamo in pochi ad occuparci di questo ambito progettuale, sicuramente c'era qualcuno partito massimo due anni prima di me, ma davvero eravamo un gruppo di persone ristretto"[74].

La progettista inizia a frequentare gli spazi dell'intrattenimento notturno grazie al suo compagno del tempo che all'epoca si occupa di musica elettronica all'Aleph di Gabicce Mare e la introduce nel mondo sia della grafica digitale sia dei club, chiedendole di supportandolo con una performance di videoarte durante il suo dj set. La Morcella utilizzando il computer Amiga incomincia a tracciare in digitale sia segni grafici astratti sia il calco della silhouette dei danzatori, che accompagnavano la performance, i quali vengono proiettati sui larghi schermi presenti in sala contemporaneamente al loro tracciamento. Da questa prima esperienza inizia ad avere un discreto successo, prima partendo un po' in sordina e poi piano piano collaborando con quasi tutte le realtà d'intrattenimento della riviera romagnola, a partire dal Peter Pan fino al Cocoricò con la quale collabora per diverse stagioni. Le ragioni della sua fama risiedono nell'essere l'unica a saper usare così bene il computer e a poter velocizzare l'ideazione e la produzione della molteplice quantità di artefatti comunicativi necessari alla promozione di questi locali.

Per ogni singola discoteca si occupa della linea promozionale sia estiva sia invernale, affiancando spesso la figura del direttore artistico del club che in tale settore è colui che decreta il concept da seguire per tutto l'anno; concept che influenza non solo il progetto dell'identità visiva, ma anche gli allestimenti delle sale, l'abbigliamento dei dipendenti della discoteca – dalle ballerine ai barman, dagli animatori ai camerieri – e la programmazione degli eventi e delle feste private.

Più o meno dal 1990 al 1995 la Morcella è un punto di riferimento per l'identità della *club culture* italiana, avendo il merito di aver fatto da apripista ad altri progettisti che seguono le suo orme. Secondo la progettista marchigiana, "il periodo d'oro dei club [della riviera romagnola] ha collimato con la diffusione del computer nella nostra professione e grazie alle nuove possibilità espressive abbiamo potuto dar vita a un nuovo ambito di progetto. Di solito nel nostro gruppetto emiliano-romagnolo doveva esserci un progettista che identificava per primo la linea visuale della stagione e per qualche anno lo sono stata io, perché presente nel settore da qualche tempo"[75].

Dopo la prima esperienza al Cellophane, la designer inizia a lavorare per il Dadadà, uno "dei club più all'avanguardia nella scena della riviera romagnola, con un

73 Cfr. Intervista dell'autrice ad Alessandra Morcella, via Skype, 15.05.2020, p. 523.

74 Ibidem.

75 Ibidem.

pubblico internazionale che sfortunatamente è durato davvero poco”[76]. Anche se la collaborazione più proficua sarà prima quella con il Peter Pan di Riccione e, in seguito, con il Cocoricò di Rimini.

Prima di passare alle altre figure che ereditano l’esperienza della progettista marchigiana – tra i primi c’è il duo modenese de Mitri & Di Gioia che prendono il suo posto al Peter Pan dal 1994 circa – si analizzano alcuni suoi progetti.

Nello specifico, come già anticipato, il lavoro della Morcella è maggiormente incentrato sull’uso della tipografia così si nota nel flyer per il Peter Pan del 1993 (▲ 1), in cui si usano diversi caratteri, mescolando quelli bastone con quelli graziati, utilizzando persino una font disegnata appositamente dalla progettista, dove si fondono assieme elementi e forme calligrafiche a quelle tipografiche; operazione possibile soprattutto grazie l’impiego del computer e dei software per il disegno dei caratteri. Difatti quest’ultimo intervento sulle sperimentazioni tipografiche è riportato nella testimonianza della Morcella che afferma:

> “il mio lavoro con le font è stato un po’ il seguente: caricavo dei caratteri su Fontographer e iniziavo a decostruirli, mescolandoli tra di loro, ad esempio cercavo di restituire l’idea di rovinato, come quella volta in cui ho modificato l’Helvetica Black trasformandola in un *Helveticon*. Togliendo dei punti di ancoraggio venivano fuori come delle esplosioni, delle curve, delle pance. Ho attuato la stessa operazione con un carattere graziato che poi ho chiamato *Stile Bodoni*”[77].

Inoltre il lavoro per la discoteca Peter Pan è connotato da un’estrema pulizia formale, dove il bianco ha una sua precisa funzione e si contrappone ad alcune aree dell’artefatto in cui si agglomerano più elementi alla volta. I colori impiegati sono pochi, si predilige l’uso del nero per l’apparato testuale e le immagini richiamano l’estetica di ambienti digitali e cyberpunk, soprattutto nei flyer orizzontali e negli inviti tali realizzati sempre nel medesimo anno (▲ 2-3).

Dopo la Morcella l’altra realtà progettuale che dà un significativo contributo, soprattutto dal punto di vista della quantità di artefatti realizzati e della varietà dei club con i quali collabora è composto dal duo de Mitri & Di Gioia, che iniziano a lavorare in questo ambito nel 1991 occupandosi dell’identità del club Spirity di Cavezzo nella provincia di Modena. Il lavoro svolto per questo locale è complesso, perché i due progettisti ricoprono anche il ruolo di direttori creativi. Le realtà d’intrattenimento al di fuori della provincia di Rimini sono differenti dalle discoteche, perché meno commerciali e più attente ai generi musicali di nicchia. Ed è proprio in questa fascia che si collocano le campagne progettate dalla Di Gioia per il club Spirity. Nei materiali raccolti l’influenza tipografica di Neville Brody è così evidente che può essere considerato un lavoro reinterpretativo. Ad esempio, nel poster del 1992 (▲ 4) il logo del club posto in alto a sinistra richiama fortemente il lavoro del grafico inglese per il gruppo musicale Cabaret Voltaire. Ad uno sguardo più attento non soltanto è utilizzata la stessa tipografia, ma anche i codici grafici del segno additivo matematico e dell’ovale. Tra l’altro il logo dello Spirity ricompare anche nel biglietto d’ingresso (▲ 5-6) progettato per una serata specifica, in cui è evidente la predilezione di pochi colori e l’utilizzo dell’immagine sfocata.

Un altro progettista che raccoglie l’eredità dei suoi predecessori è Stefano Tonti, anche se in realtà inizia a occuparsi precocemente dell’identità dei club, difatti dalla sua testimonianza[78] emerge che tra i quindici e i sedici anni progetta qualche artefatto comunicativo per il noto club Slego di Rimini fondato e gestito da Tommaso Giovanni Garattoni[79].

Dopo questa prima esperienza, già a partire dal 1984, è art director del club Vidia di Cesena, un locale che “si proponeva al mondo dell’intrattenimento con un’estetica e dei generi musicali un po’ new tribal e un po’ etnici”, di cui progetta persino il logo (▲ 7) cercando proprio di sottolineare queste peculiarità.

A differenza degli altri lavori analizzati fin qui, il progetto d’identità del Vidia è interamente realizzato con gli strumenti analogici diffusi in Italia in quegli anni, difatti Tonti afferma che

> “all’inizio ho lavorato molto con la fotocopia, che poi lavoravo e modificavo in reprocamera, riprendevo soprattutto tessuti e pattern africani. Un discorso a parte vale per la tipografia che ammetto di aver stirato e contorto sugli stilemi del periodo, possibilità espressive che sono state possibili soprattutto grazie all’uso della fotocomposizione e all’aiuto del fotolitista. È qualcosa di indecente se ci penso, però la tecnologia ha profondamente condizionato l’estetica in quel determinato periodo storico”.[80]

La collaborazione con il Vidia dura tre anni e nel frattempo Tonti ha portato avanti altri progetti prima all’estero e poi a Milano, e soltanto dopo essere ritornato a Rimini nella 1997 riprende i suoi contatti con l’ambiente musicale e delle discoteche, iniziando a lavorare prima per lo street club e successivamente per il Cocoricò.

Nei lavori di Tonti per lo street club è evidente non solo la maturazione professionale del progettista, ma anche l’impiego di nuovi linguaggi più sintetici dovuti all’adozione del computer. Nei flyer del programma del club del 1997 si assiste alla progettazione di una vera e propria corporate image, con degli elementi grafici ricorrenti e posizionati sempre nella stessa posizione – in riferimento al pacchetto informativo in cui sono presenti le date e gli artisti – e con un principale elemento identificativo che varia la propria collocazione di volta in volta (▲ 8-10). In questo caso l’oggetto grafico che si muove è un *baloons* vignettistico contenente il logotipo del locale, associato a sua volta a un soggetto fotografico differente: una bocca sorridente e due ritratti di donna.

Per la campagna del 1999 Tonti ripropone lo stesso formato e lo stesso layout, variando i soggetti e giocando maggiormente con il logotipo del club, le cui iniziali all’occorrenza diventano la banda che contiene le informazioni e il cerchio che si sostituisce alla testa dell’elemento fotografico (▲ 11-13).

Completamente diversi sono i linguaggi che il progettista usa per la campagna del nuovo Millennio per l’altro club riminese, il Cocoricò, in cui ricrea scenari visionari attraverso la sovrapposizione di tre principali livelli: fotografico, illustrativo, tipografico (▲ 14). Il primo livello è costituito appunto da una fotografia – di un astronauta, una stanza di un palazzo settecentesco e un’ambientazione fantascientifica degli anni Sessanta – virata in due colori, desaturata e contrastata, sopra la quale sono poste delle illustrazioni al tratto raffiguranti scenari tipici del periodo dell’Art Nouveau. Il terzo e ultimo livello, quello tipografico a sua volta suddiviso nell’impiego di un carattere calligrafico e uno bastoni tridimensionale; quest’ultimo è quello meno leggibile.

76 Ibidem.

77 Ibidem.

78 Si veda l’intervista dell’autrice a Stefano Tonti, via Skype, 22.05.2020, pp. 596-601.

79 Tommaso Giovanni Garattoni, architetto, grafico e designer è tra i fondatori del movimento del Bolidismo. Nel 1980 ha ideato il noto rock-club Slego, curandone la progettazione dell’arredo e dell’immagine identitaria, e nel 1984-84 collabora al riallestimento dell’Aleph. Inoltre con il collettivo multimediale Complotto Grafico partecipa nel 1983 alla rassegna Design Balneare, prima grande vetrina del “nuovo design italiano”.

80 Cfr. Intervista dell’autrice a Stefano Tonti ..., p. 597.

Mettendo a confronto i due progetti realizzati da Tonti nel 1999 per le diverse committenze emerge un aspetto interessante che è confermato dal progettista stesso, ossia la totale libertà di espressione data dal direttore creativo del Cocoricò, Loris Riccardi che, dopo aver affidato al graphic designer un tema, lo lascia libero di interpretarlo senza alcun vincolo. Caratteristica riscontrata anche dalla Morcella che conferma la piena fiducia e disponibilità ricevuta da Riccardi, permettendo così a entrambi di sperimentare a 360° il linguaggio grafico digitale e i suoi strumenti. Secondo Tonti, l'attitudine alla sperimentazione del direttore artistico del club riminese dipende dalla natura commerciale del club, connotata da un maggiore spirito imprenditoriale rispetto alle realtà indipendenti, per esempio l'Io street club, che predispone all'utilizzo sia di un'identità grafica meno convenzionale sia di linguaggi lontani dal suo ambiente così commerciale.

Ciò che è certo è che il Cocoricò così come tutte le altre discoteche e club indipendenti costituiscono una palestra per i progettisti grafici degli anni Novanta sotto diversi punti di vista, *in primis* la voglia di ricercare e sperimentare con tutte le potenzialità offerte dallo strumento digitale, contribuendo di conseguenza all'arricchimento del panorama della grafica italiana.

6.3 Fontology, una chimera nello scenario del type design digitale italiano

Come già ribadito più volte all'interno di questa ricerca, nonostante la presenza di pochi disegnatori di caratteri sul territorio nazionale – fatta eccezione per l'esperienza di Aldo Novarese e di Piero De Macchi –, l'adozione delle nuove tecnologie digitali favorisce un ritorno di interesse verso questo ambito soprattutto da parte dei progettisti più giovani, che con il computer trovano più facile cimentarsi nel disegno dei tipi, delineando nuovi linguaggi espressivi che trovano progressivamente una collocazione nello scenario italiano. Difatti, soprattutto a partire dagli anni Novanta, grazie alla accessibilità degli strumenti di editing e generazione dei caratteri, molti progettisti si avvicinano al progetto delle font. Inoltre, il confronto sempre più necessario con la scena europea e quella statunitense contribuisce alla diffusione di esperienze tipografiche individuali[81], di cui sono un esempio sia alcune iniziative individuate in parte nello scorso capitolo, tra le quali quelle di Mauro Carichini e Claudio Piccinini, sia i casi pubblicati nella rivista *Climax* affrontata precedentemente in questo capitolo.

Sebbene le singole vicende siano fondamentali per l'accrescimento della tipografia digitale italiana, il maggiore contributo viene dato dall'istituzione di due fonderie digitali, Design Lab a Milano e Fontology a Modena. Come già visto nei precedenti capitoli, la prima, nasce dall'iniziativa di Sebastiano Cossia Castiglioni e di Jane Patterson e si conclude precocemente nel 1996, mentre la seconda vede tra i suoi fondatori due giovanissimi type designer: Alessio Leonardi e Fabrizio Schiavi. Ed è proprio la storia di quest'ultima che si approfondisce in questo paragrafo per diverse ragioni: la reperibilità delle fonti, tra cui specimen e flyer promozionali; la disponibilità dei protagonisti a rilasciare la propria testimonianza sulle vicende della fonderia modenese.

Fontology è ideata appunto dalla volontà di Schiavi e Leonardi – quest'ultimo è già autore di alcune font progettate in Germania per le fonderie Linotype e FontFont e per l'altra sua etichetta Face2Face – di riportare in Italia un rinnovato interesse verso i caratteri e il type design e di costituire un primo punto di partenza per la costruzione di una cultura tipografica digitale italiana. Tale esperienza viene definita "lodevole" [82] per le sue caratteristiche innovatrici da diverse riviste internazionali, nello specifico dalla britannica *Baseline* che negli anni Duemila compie un censimento delle realtà tipografiche eccellenti a livello mondiale, tra cui inserisce appunto le vicende di Fontology. Dalle testimonianze dei due fondatori la fonderia viene istituita nel 1994 parallelamente all'uscita del periodico *Climax* pubblicato dalla casa editrice modenese Happy Books, che funge in questo caso sia da promotore finanziario sia da distributore della fonderia stessa. Il suo nome nasce dall'idea di appropriarsi in modo scherzoso delle intenzioni della setta di Scientology, che si pone contro qualsiasi dogma religioso, unendo il termine 'font' al nome della medesima realtà religiosa. Inoltre l'intento celato nel nome è quello di evidenziare chiaramente la loro posizione rispetto alla tipografia, ovvero entrambi i type designer si definiscono contrari alle posizioni dogmatiche tradizionali e prediligono un approccio di tipo ludico-sperimentale, auspicando anche attraverso la loro attività di far avvicinare molti altri progettisti al mondo del type design. Leonardi e Schiavi si prefiggono l'obiettivo di essere da esempio per chi voglia avvicinarsi a questo settore, fino a spingerli da una parte a maneggiare autonomamente il disegno del carattere e dall'altra a sospendere il giudizio estetico su quanto disegnano. Difatti Fontology è una fonderia decisamente orientata verso la sperimentazione e, come ricorda Schiavi[83], in linea con le tendenze internazionali di quel periodo, "intendono il carattere tipografico come un elemento in continuo mutamento, spesso trascurando volutamente i canoni consolidati dalla leggibilità e mettendo l'accento sulla caratterizzazione stilistica"[84].

Leonardi e Schiavi iniziano a produrre non solo font, ma anche "un catalogo, alcune cartoline, piccoli manifesti, progettando anche una pagina internet per la vendita dei caratteri"[85].

In riferimento al catalogo cartaceo (▲ 1) – un sedicesimo formato 26,8*42 cm – l'introduzione *Il font come 'massima distintiva' per una nuova dottrina della fontcrazia* reca in tono ironico il manifesto di intenti dei suoi ideatori, evidenziando chiaramente prima le ragioni del nome attribuito e poi gli obiettivi della fonderia, sottolineando inoltre la natura digitale:

> "La Fontocrazia intesa come scrittura digitale, sta vivendo un momento emblematico. La sua scienza, la Fontologia, offre una metafisica inquietante dove la particella costituente più elementare viene magnificata e dove numerosi sono gli universi interpretativi. Il costante 'remake' della verità è affidato ai sacerdoti della confraternita dei grafici, nuovi Demiurghi di realtà e universi non soltanto virtuali. La loro mistica va sotto il nome di Fontology. La Fontografia sfida incessantemente le radici della sua stessa e-sistenza, ed in-siste nell'allontanare il 'carattere' dal suo ruolo originale di fontèma, cioè di particella minima distintiva della scrittura nell'ambito di una lingua, cellula che consente, da sola o in combinazione con altre, di formare significanti e di fare una distinzione fra essi. La Fontografica non si riconosce più subordinata ad una lingua che deve auto-alimentarsi per soddisfare le sue incessante fame di dover dire le cose di sempre in modo nuovo. La Fontografica non de-scrive più i significati e le intenzioni altrui, ma, purificata da questo bisogno, sempre più frequente sta pre-scrivendo, liberando le potenzialità di ogni singolo elemento (font) che diviene un piccolo universo a sé stante. Più filosoficamente: nel font avvengono incontri tra significanti e significati; ogni carattere si riferisce contemporaneamente ai suoi simili nell'alfabeto o ai suoi con-segni (icone), ma

81 Sulla tipografia italiana degli anni Novanta si veda: AA.VV., *Italic 1.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap, 2002.

82 Cfr. *An A-Z of digital typefoundries,* in "Baseline", 42, 2003, p. 51.

83 Si veda l'intervista dell'autrice a Fabrizio Schiavi, 31.07.2019, Milano, pp. 570-575.

84 Cfr. Fioravanti, G., Passatelli, L., Sfligiotti, S., *La grafica in Italia*, Milano: Leonardo Arte, 1997, p. 195.

85 Cfr. Intervista dell'autrice a Alessio Leonardi, via Skype, 11.03.2020, p. 476.

esso si riferisce e si vincola anche al suo di-segno ed al di-segno delle altre particelle con le quali interagisce”[86].

Questa dichiarazione di intenti sottolinea l’esigenza di intendere maggiormente il carattere come semplice segno grafico o oggetto visivo, privandolo del suo significato intrinseco di traccia scrittoria, operazione in linea con quanto sta sostenendo Neville Brody nel Nord Europa.

Proseguendo con i contenuti dello specimen, ogni doppia pagina reca due font (▲ 2-3-4-5) distinte che vengono presentate attraverso la rappresentazione caotica, fatta eccezione per il quartino che funge sia da copertina sia da poster. Nella doppia successiva all’introduzione si trovano i caratteri *Parakelain* e *Unicode*, quest’ultimo è quello più commercializzato ed è accompagnato da un’approfondita spiegazione sulla sua ideazione. La font *Unicode* è progettata principalmente per migliorare la visualizzazione dei testi sullo schermo del computer, come riportato nello specimen, in quanto la diffusione della grafica digitale e multimediale sposta la progettazione sul supporto video che presenta grossi limiti di visualizzazione dei caratteri soprattutto nelle dimensioni ridotte. La tendenza più frequente fino ad allora delle fonderie digitali è quella di non curare “con la dovuta attenzione la costruzione virtuale del carattere a video, essendo questa considerata una fase transitoria, un mero passaggio tecnico che condurrà infine al prodotto stampato”[87]. Di conseguenza Leonardi e Schiavi progettano la font tenendo conto di tali limitazioni e danno vita a una famiglia di caratteri “pensata in tre pesi (Regular, Bold e Black) che mantiene per ogni lettera una buona visualizzazione da 7 punti in su”[88].

L’*Unicode*, inoltre, ha tra i suoi vantaggi più evidenti la possibilità di essere utilizzato nelle pagine internet “riducendo l’ingombro del testo [...] e mantenendo nel contempo una perfetta leggibilità dello stesso”[89]. In più dal punto di vista tecnico-estetico l’*Unicode* si distingue per l’allineamento alla linea base delle discendenti delle lettere come ‘g’, ‘p’, ‘j’, ‘q’, e ‘l’ e l’allineamento delle accentate alla linea d’altezza delle maiuscole, “allo scopo di dare maggiore compattezza orizzontale alla scrittura lasciando maggior respiro tra riga e riga”[90], caratteristica che riduce il disturbo visivo della lettura a video.

Oltre a questi due font sono presenti nello specimen anche *Amsterdam*, *Sicily*, *Cratilo* – una font bitmap in formato PostScript –, *Atypico*, *Serbatoio*, *D Trash*, *Aurora* e *Washed*.

Analizzando il catalogo dal punto di vista grafico, si rileva che è stampato a due colori, nero e verde fluo, di cui è ricorrente l’uso di sovrapposizioni e trasparenze. Si privilegia il linguaggio tipografico, inserendo poche immagini fotografiche evocative in bianco e nero o virate nei toni del verde.

Come ulteriore artefatto promozionale del lavoro di Fontology è stato possibile reperire un pieghevole a fisarmonica (▲ 6) dedicato al carattere *Unicode* – formato chiuso 21,8*12 cm – in cui si utilizza l’espediente della disposizione delle lettere sulla tastiera del computer per evidenziare l’alta adattabilità della font anche nella stampa. La veste grafica riprende gli espedienti visivi dello specimen.

Nonostante tutti gli sforzi di Leonardi e Schiavi e la volontà di portare avanti l’esperienza della fonderia modenese diffondendo ulteriormente la cultura tipografica in Italia, la vicenda di Fontology è breve e si esaurisce nel giro di tre anni, come afferma Leonardi “a livello ufficiale la fonderia è andata avanti parecchio, ma il lavoro vero e proprio è durato all’incirca un anno. All’inizio sono sopraggiunti problemi economici con la casa editrice, non era chiaro come [la situazione] sarebbe proseguito”[91].

Parallelamente alla realtà di Fontology i due progettisti sviluppano dei progetti individuali e, come Leonardi, Schiavi vende le sue famiglie di caratteri su cataloghi internazionali come FontShop e T-26, fino a fondare nel 1998 il proprio studio. In quegli anni Schiavi progetta diversi tipi, tra cui FF *Geob Oil* (1995), *FF Trade* (1995), *FF Mode* (1996), distribuiti con la rivista inglese *Fuse* di Brody e del quale esiste uno specimen (▲ 7-8) – un quartino in formato A3 e stampato a due colori a contrasto. Inoltre tra il 1997 e il 1999 progetta due font di origine geometrica, *Monica* e *Monica 2*, che sono disegnate usando come elemento base il cerchio e il rettangolo con evidenti angoli smussati. La sua produzione ovviamente non termina qui, e a partire dagli anni Duemila prosegue la sua carriera come type designer ottenendo riconoscimenti a livello sia nazionale sia internazionale.

Anche se non ha preso parte né all’istituzione né alla produzione di Fontology, uno piccolo spazio va dedicato al lavoro di Carichini che negli anni Novanta avvia una produzione di caratteri interessanti, come: *Baby Mine* (1996), la prima font interamente disegnata a computer dalle forme semplici e arrotondate (▲ 9); *Bioplasm* ed *Ectoplasm* (▲ 9) (1996), caratteri bastoni che riprendono il disegno da alcuni tipi di Brody, la cui costruzione non appoggia su una linea di base, pur mantenendo l’allineamento, ma presenta una forma più fluida e organica; *Syncretic* (1997), così come afferma il progettista[92], ispirato ai caratteri della fonderia Emigre, è ideato dal campionamento di stili diversi, incorporando elementi di font graziate, egizie, arrotondate all’estremità, e bastoni.

Sebbene le vicende delle fonderie italiane siano delle meteore nel panorama della grafica italiana, hanno comunque contribuito negli anni Novanta ad ampliare l’interesse verso la tipografia e la sua produzione, diventando per breve tempo un punto di partenza per le riflessioni del nuovo Millennio, in cui si assiste, anche grazie all’istituzione di corsi di formazione a livello universitario, alla proliferazione di caratteri digitali italiani e alla nascita di diverse realtà produttive sparse nel territorio nazionale.

86 Cfr. Leonardi, A., Schiavi, F., *Fontology*, specimen, Modena 1996, p. 2 [Archivio privato Schiavi].

87 Ivi, p. 4.

88 Ibidem.

89 Ibidem.

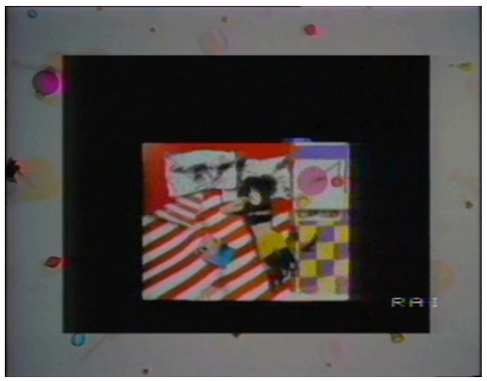
90 Ibidem.

91 Cfr. Intervista dell’autrice a Alessio Leonardi..., p. 477.

92 Intervista dell’autrice a Mauro Carichini, via Skype, 04.08.2019, pp. 422-427.

Mister Fantasy

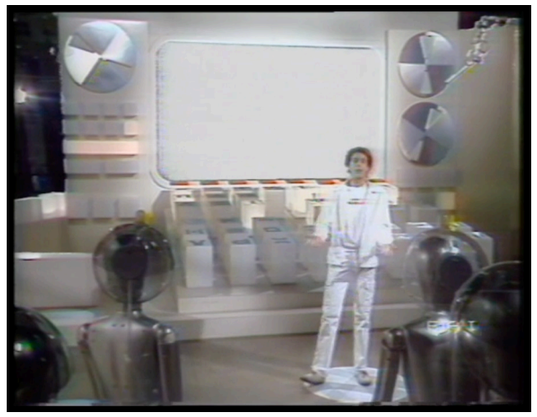
Mario Convertino

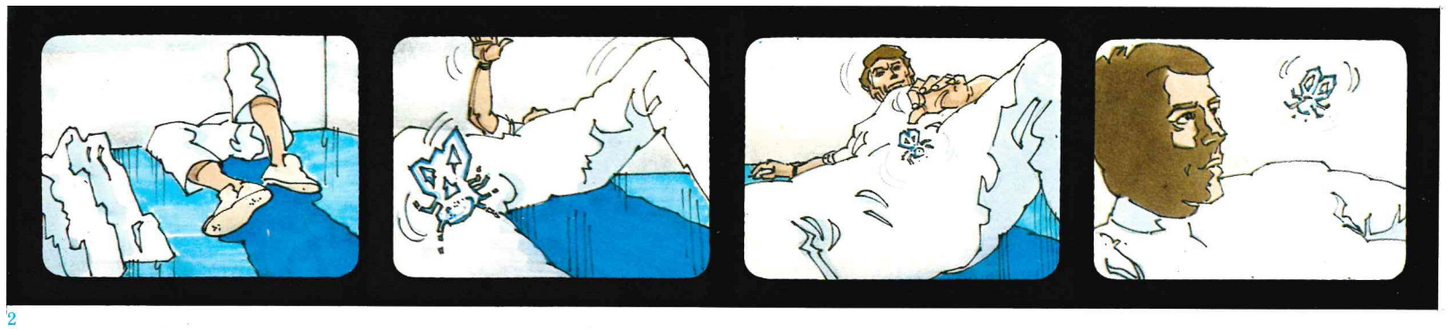


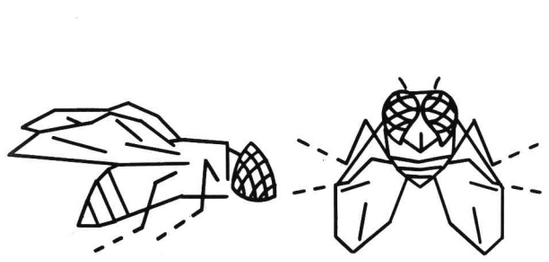
▲ 1-2
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1981
sigla

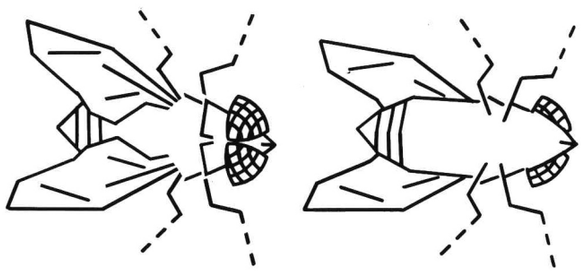
▲ 3-4
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1981
lettering sigla

▲ 5
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1981
lettering video e scenografia





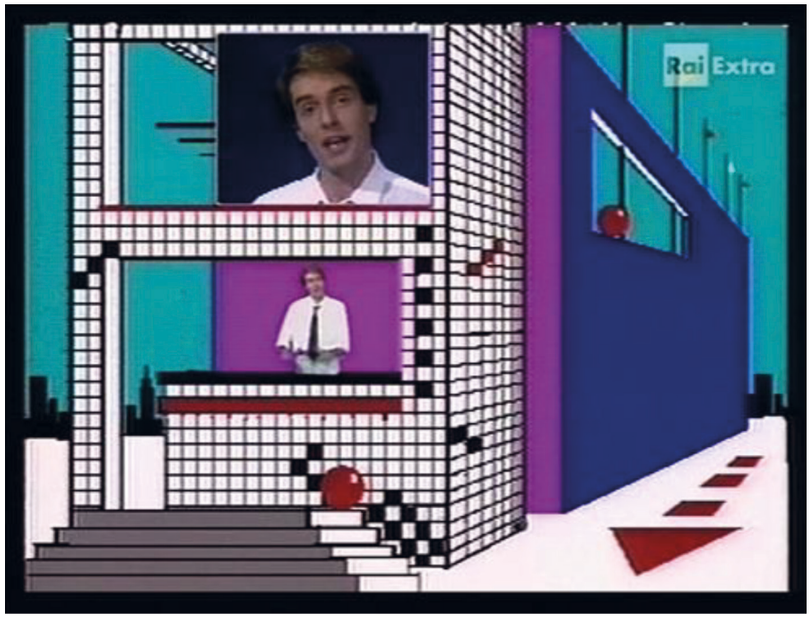




▲ 6
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1981
scenografia

▲ 7-8
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1982
storyboard e dettaglio mosca

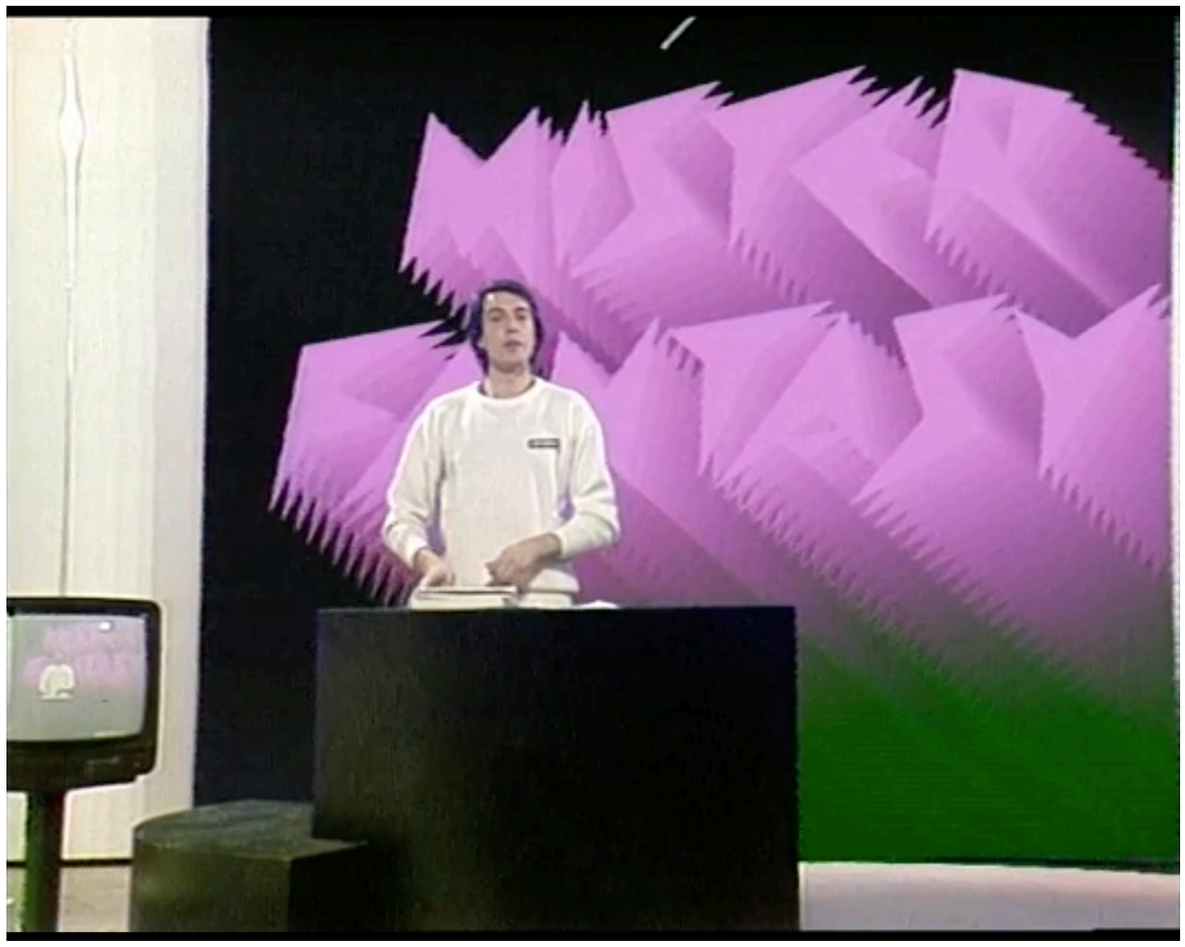
▲ 9
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1982
dettaglio sigla



▲ 10
Mario Convertino
Mister Fantasy, 1982-83
elementi grafici digitali

▲ 11-12
Mario Convertino
Mister Fantasy, maggio 1982-83
scenografie seconda e terza stagione

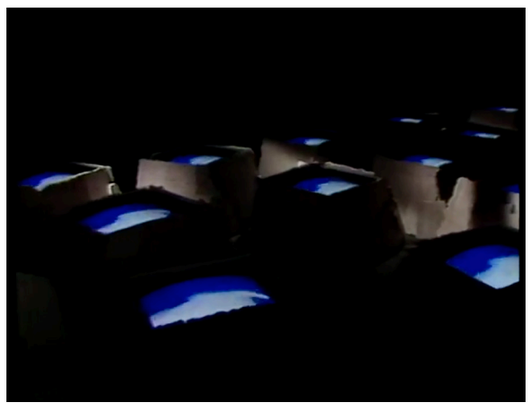
▲ 13-14
Mario Convertino
Mister Fantasy, 1983-84
scenografie



▲ 15-16
Mario Convertino
Mister Fantasy, 1983-84
lettering

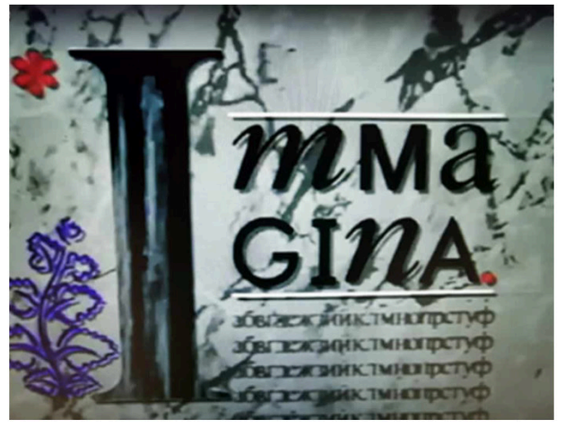
Immagina

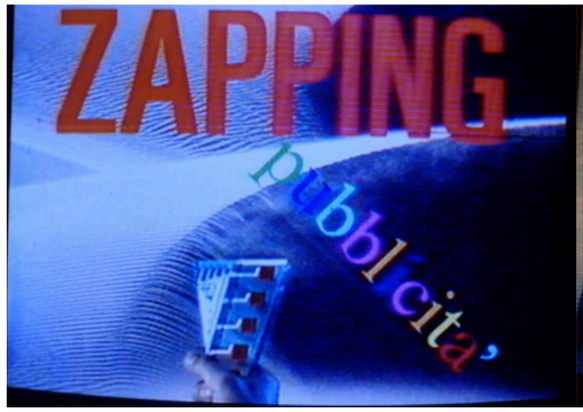
Mario Convertino



▲ 1-2-3
Fabrizio Plessi
Immagina, 1987
scenografie

▲ 4-5
Mario Convertino
Immagina, 1987
tipografia animata

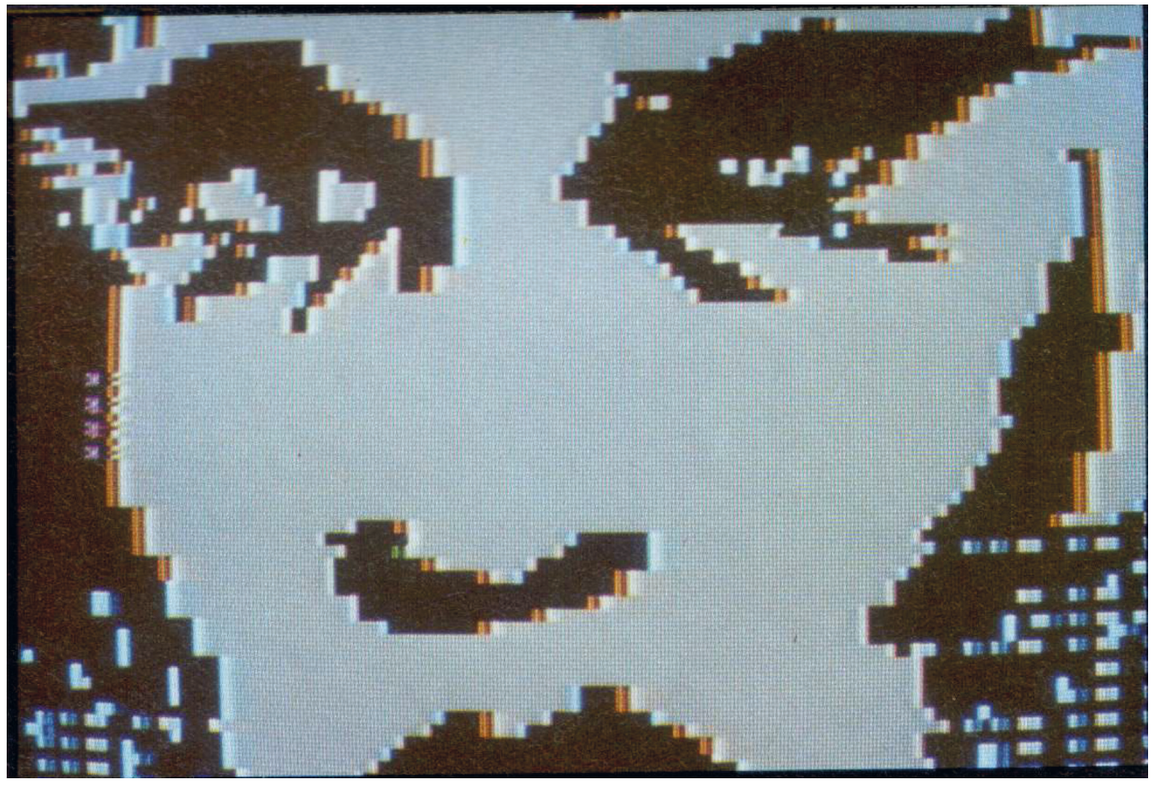




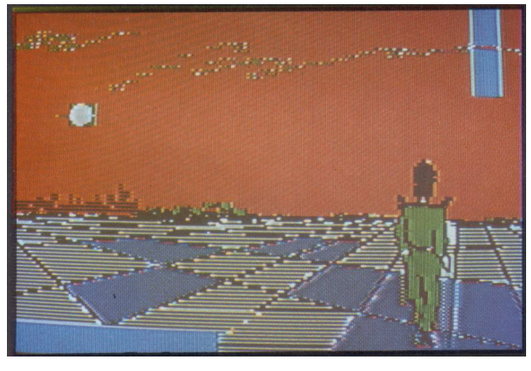
▲ 6-7
Mario Convertino
Immagina, 1987
siparietti tipografici

GMM

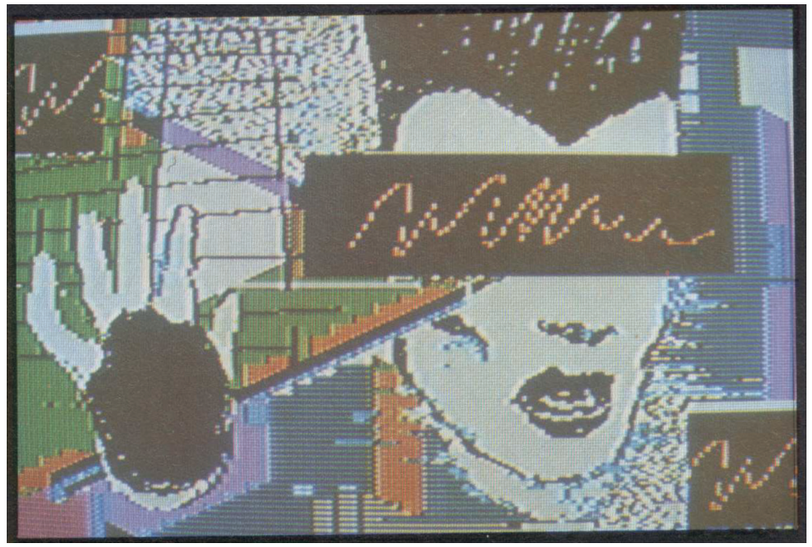
Giovanotti Mondani Meccanici

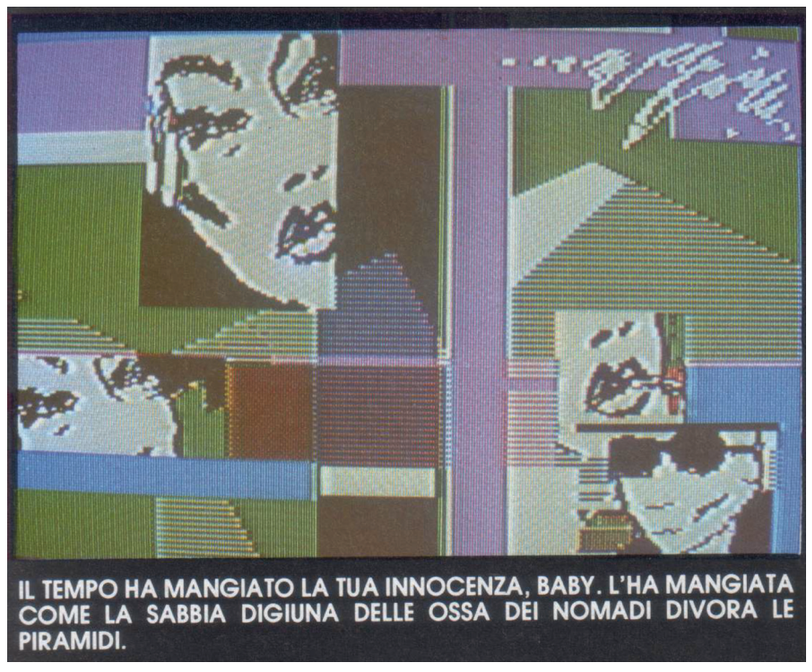


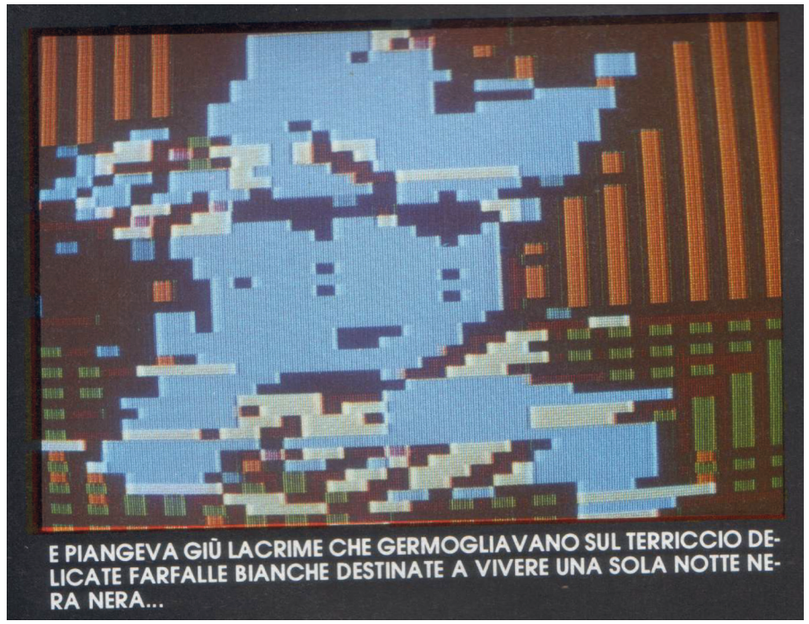
▲ 1-2-3
Giovanotti Mondani Meccanici
GMM, 1984
computer fumetti
[Archivio privato Glessi]



▲ 4-5-6
Giovanotti Mondani Meccanici
GMM, 1984
computer fumetti
[Archivio privato Glessi]







▲ 8
Giovanotti Mondani Meccanici
GMM, 1984
computer fumetti
[Archivio privato Glessi]

▲ 9
Giovanotti Mondani Meccanici
GMM, 1984
computer fumetti
[Archivio privato Glessi]

▲ 10-11
Giovanotti Mondani Meccanici
GMM, 1984
computer fumetti
[Archivio privato Glessi]

Il colore delle tenebre

Giovanotti Mondani Meccanici

▲ 12
Giovanotti Mondani Meccanici
Il colore delle tenebre, 1984
[Archivio privato Glessi]

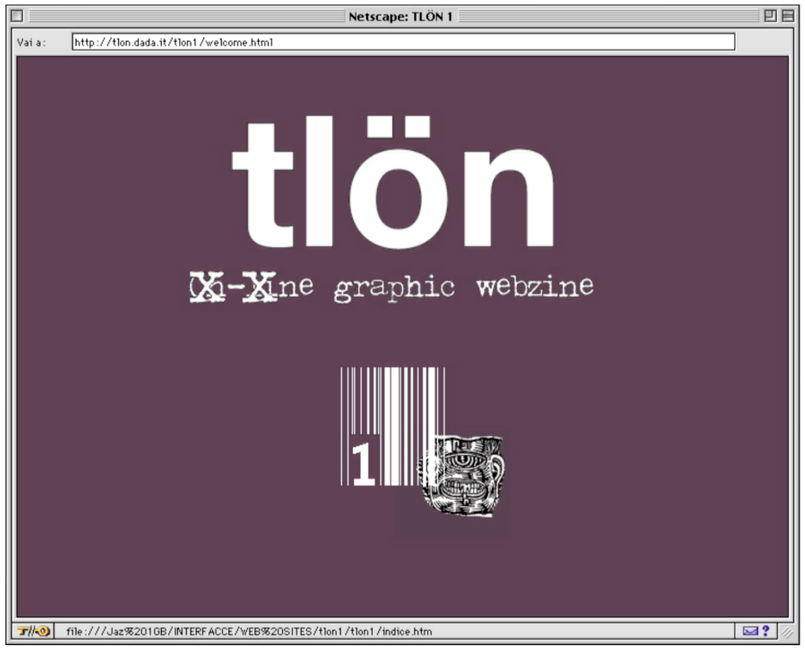
Le avventure di Marionetti

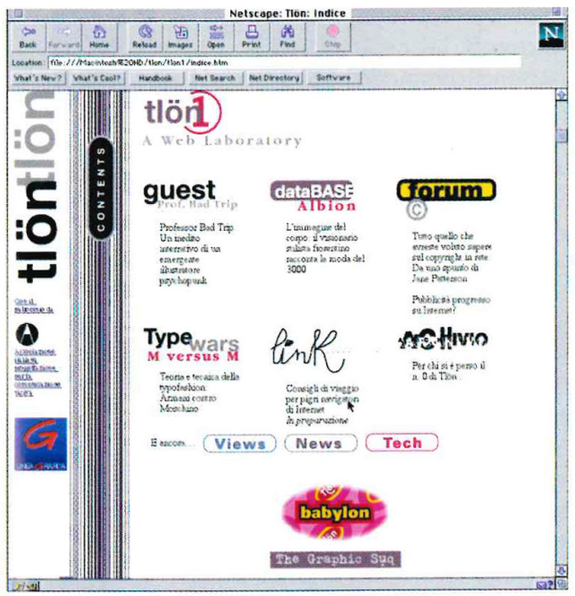
Giovanotti Mondani Meccanici

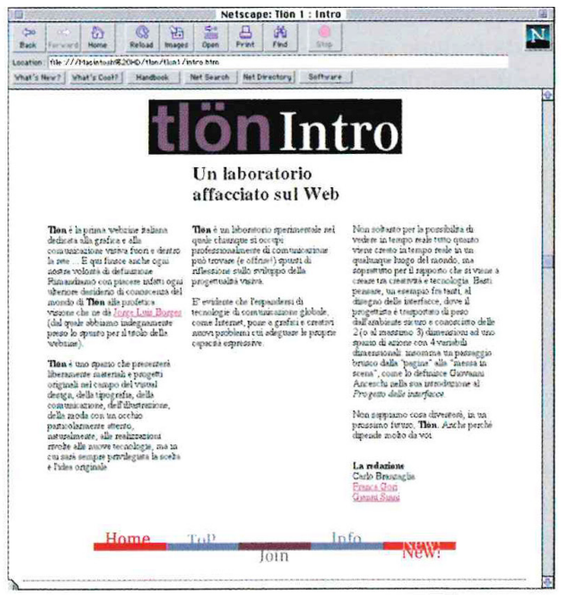
▲ 13-17
Giovanotti Mondani Meccanici
Le avventure di Marionetti, 1984
[Archivio privato Glessi]

Tlön

LCD Graphics

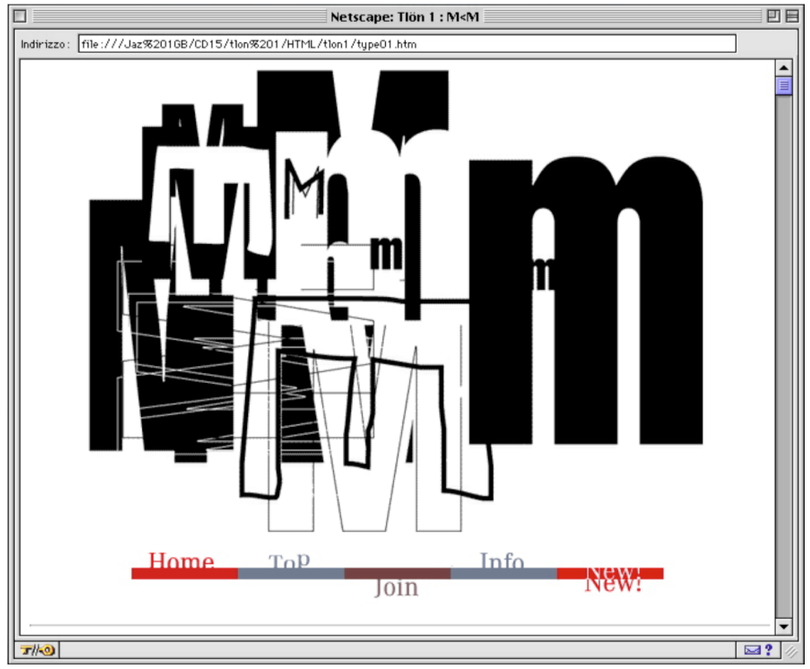


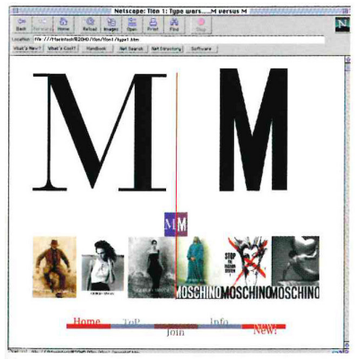


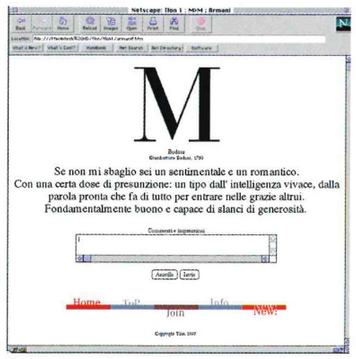


▲1
LCD Graphics
Tlön, 1996
homepage
[Archivio privato LCD Graphics]

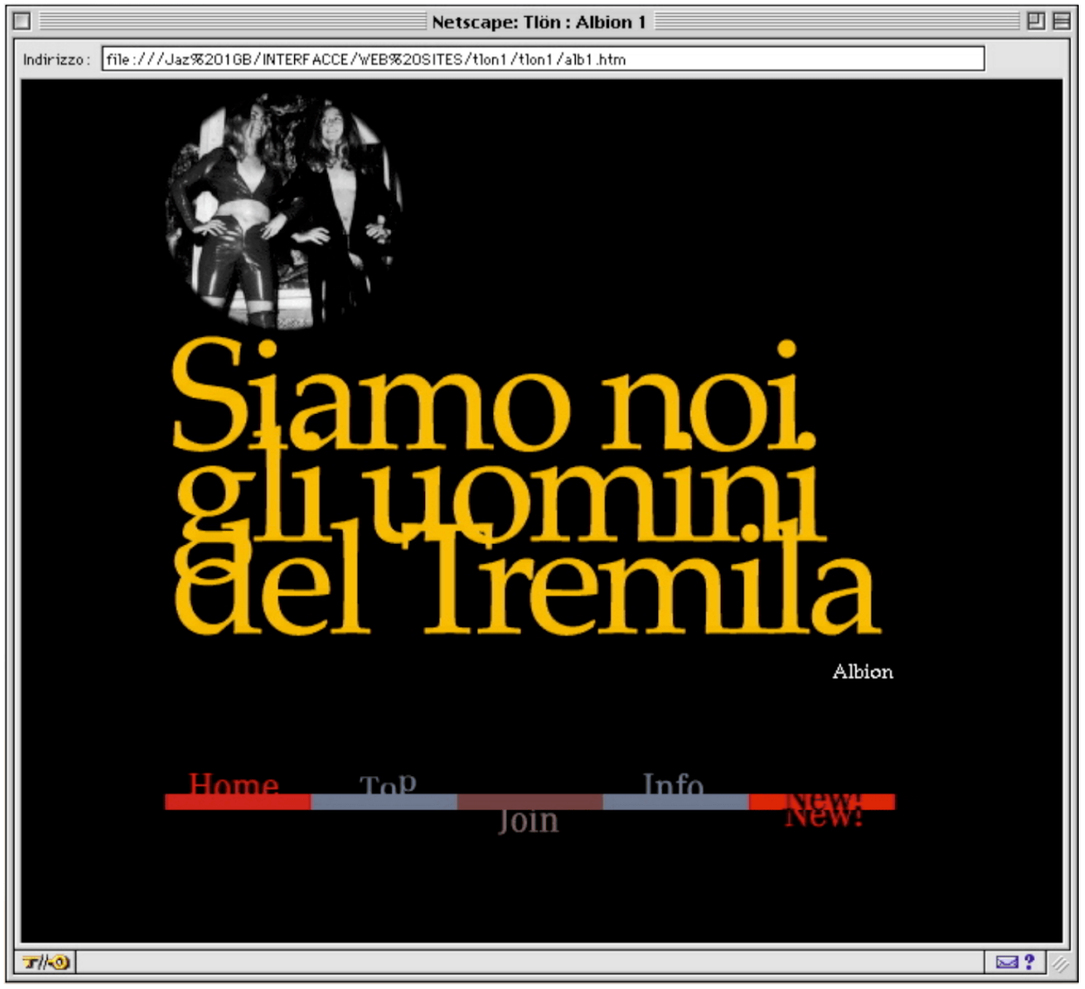
▲2-3
LCD Graphics
Tlön, 1996
sommario e intro
[Archivio privato LCD Graphics]

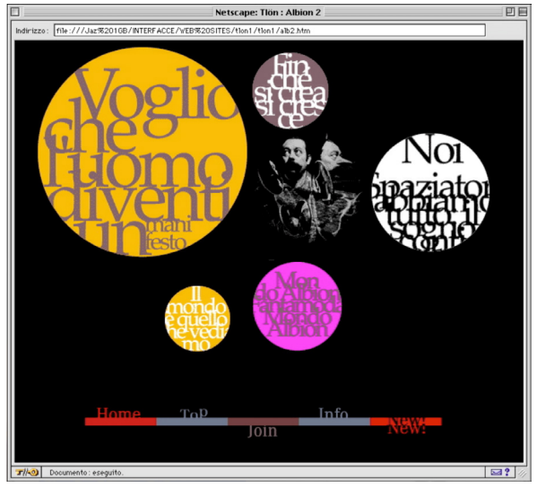




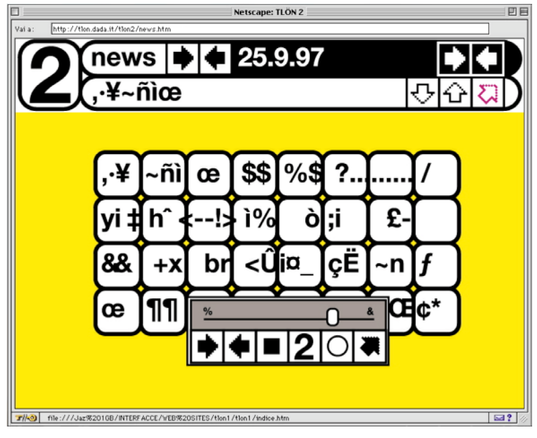


▲4-5
LCD Graphics
Tlön, 1996
sezione *Typewars*
[Archivio privato LCD Graphics]





▲ 6-7
LCD Graphics
Tlön, 1996
sezione *Data base*
[Archivio privato LCD Graphics]



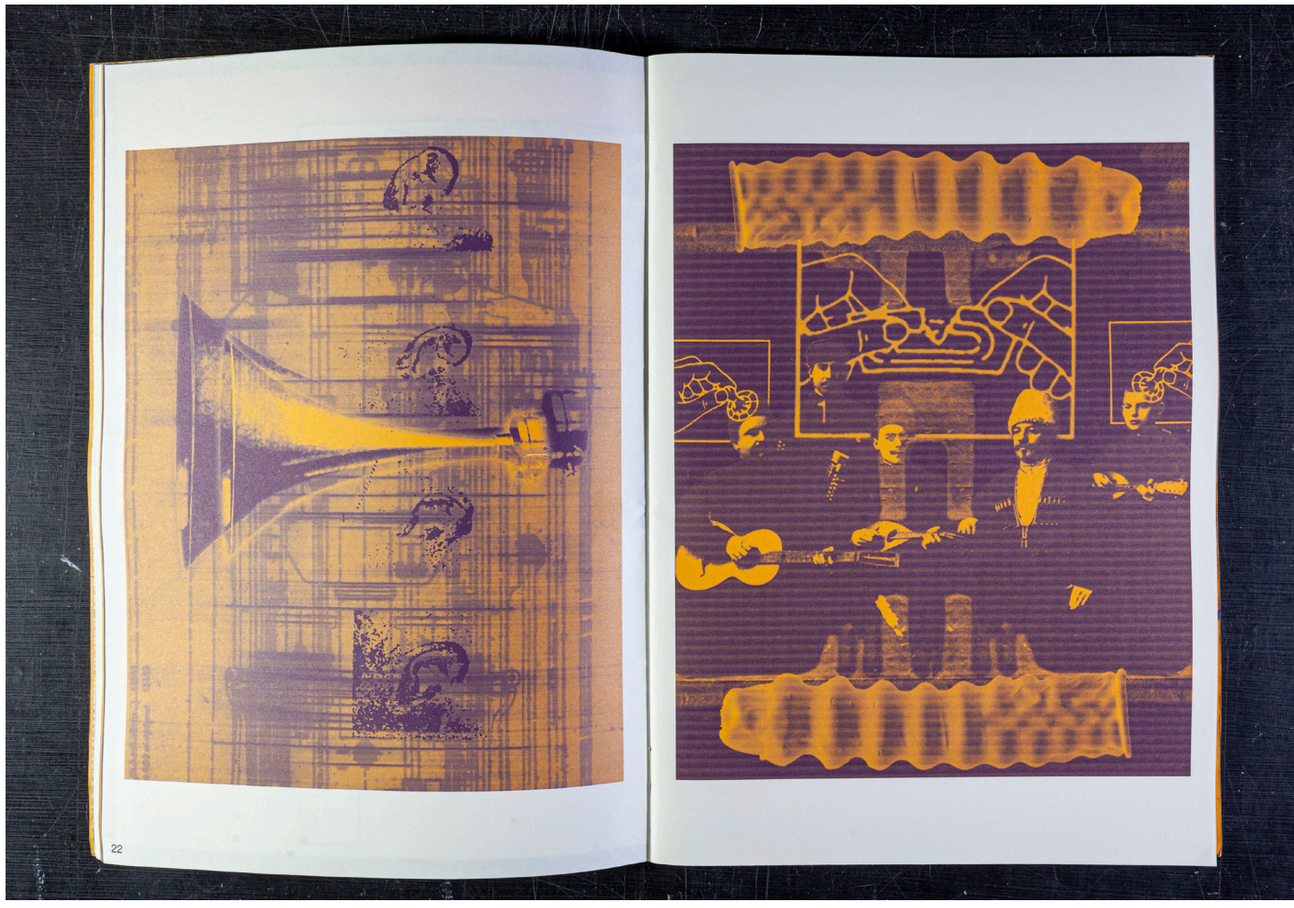
▲ 8-9
LCD Graphics
Tlön 2, 1997-98
homepage e sezione news
[Archivio privato LCD Graphics]

Climax
Alessandro Jumbo Manfredini

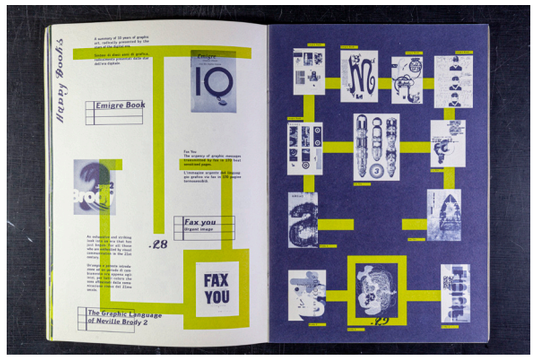
▲ 1
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, 1994-98
[Archivio privato Manfredini]

▲ 2-3
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, #1 1994-95
[Archivio privato Manfredini]

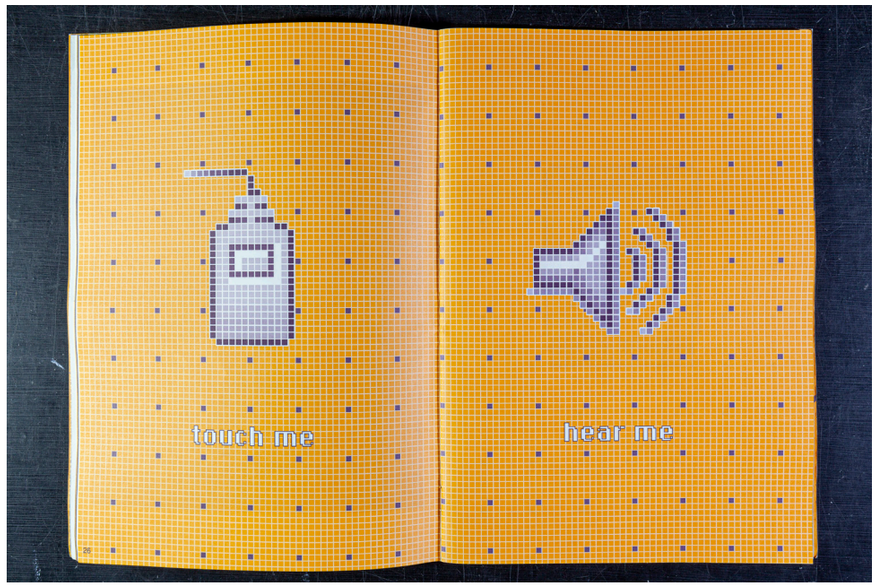
▲ 4-5
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, #2 1996
[Archivio privato Manfredini]

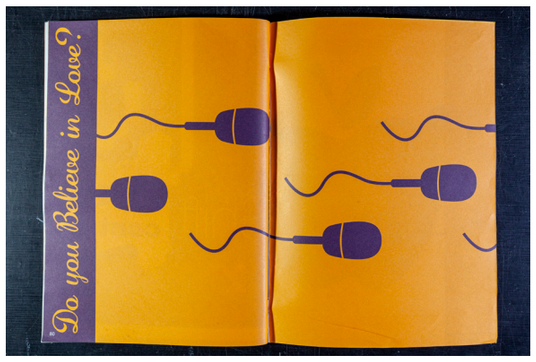


▲ 6
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, #3 1997
[Archivio privato Manfredini]

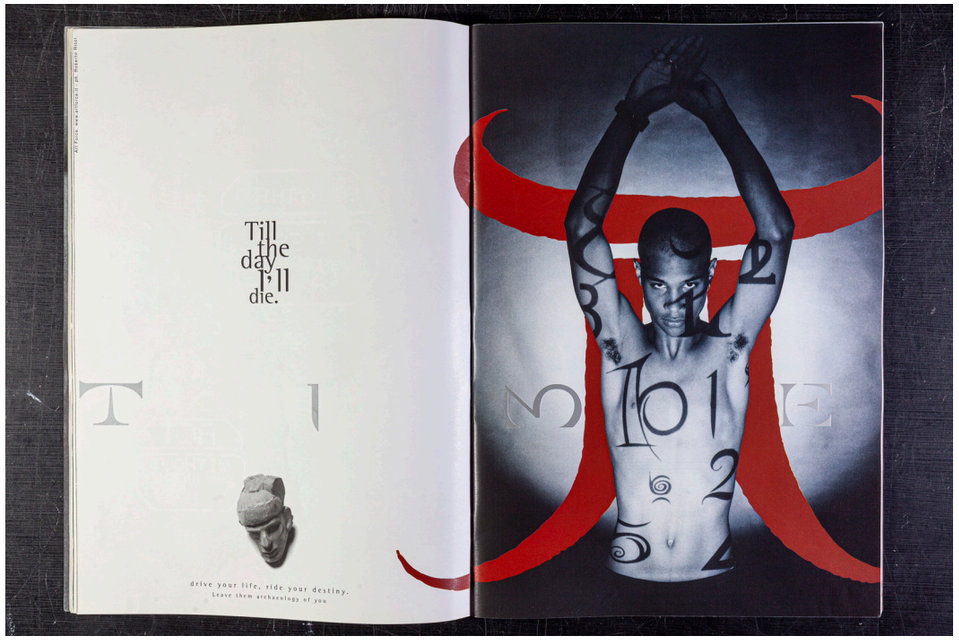


▲ 7-8
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, 1995-96
[Archivio privato Manfredini]

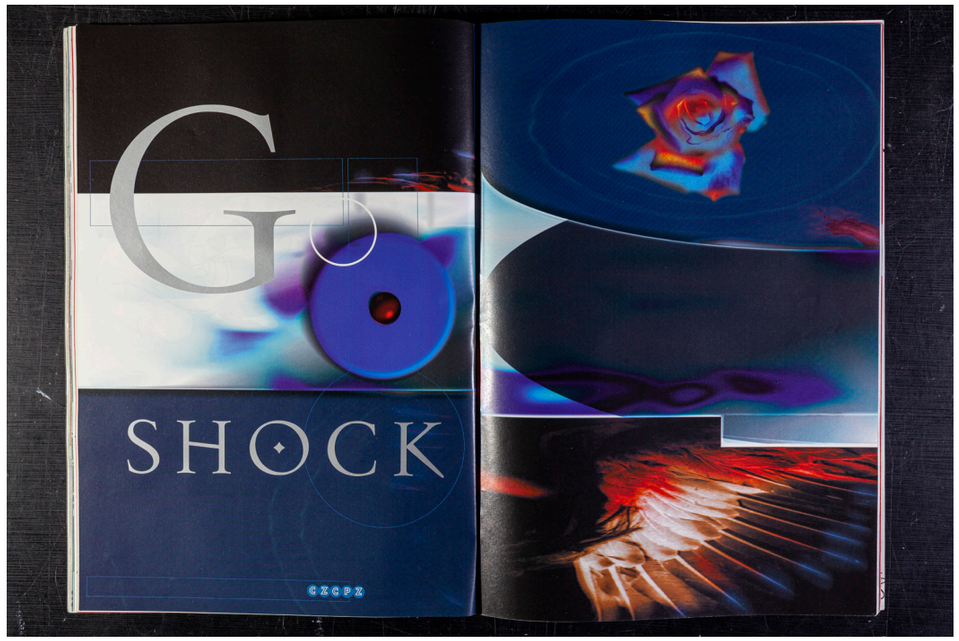


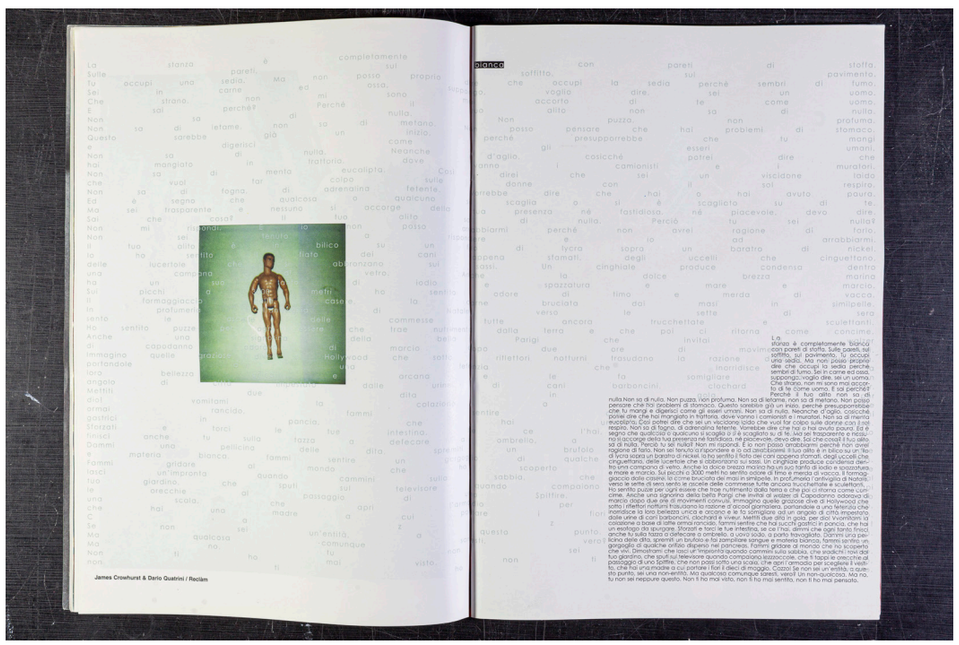


▲ 9-10-11-12
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, #3 1997
[Archivio privato Manfredini]

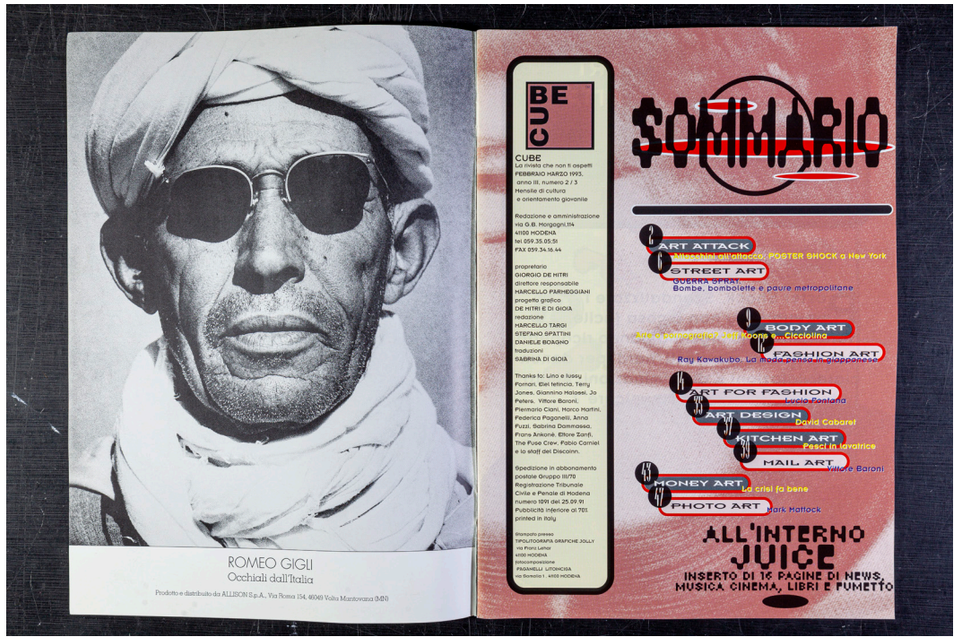


▲ 13-14-15-16
Alessandro Jumbo Manfredini
Climax, #4 1998
[Archivio privato Manfredini]



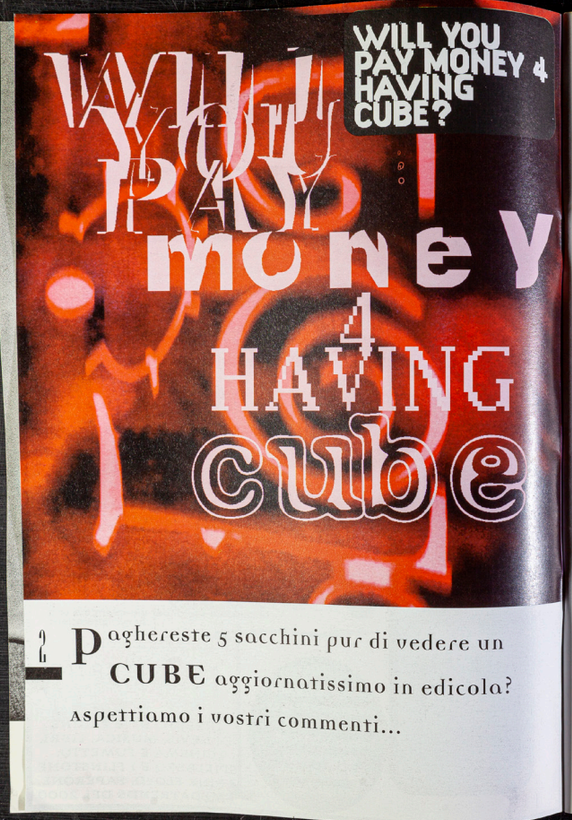


Cube
de Mitri & Di Gioia



▲ 1
Patrizia Di Gioia
Cube, #3 1993
[Archivio Fondazione de Mitri]

▲ 2
Patrizia Di Gioia
Cube, #3 1993
[Archivio Fondazione de Mitri]



Paghereste 5 sacchini pur di vedere un CUBE aggiornatissimo in edicola? aspettiamo i vostri commenti...

E' inutile che la rigiriate, non troverete nessun doppio fondo nella rivista che avete in mano. Diverse persone ci scrivono per chiederci quale strano progetto si cela dietro a Cube, questo mensile misterioso che da poco più di un anno arriva a casa gratuitamente o che si fa notare fra i più colorati empori di abbigliamento italiani. Non c'è nessun Grande Progetto, nessun Grande Fratello, ma solo una nuova strategia di marketing. C'è chi insieme al proprio prodotto regala zainetti, orologi impermeabili, profumi, balocchi: ebbene anche noi siamo un 'regalo', un gadget. Solo che a differenza dei balocchi noi possiamo parlare con voi. E viceversa.

Ganzo, no?

Abbiamo notato che tra le tante lettere attraverso cui ci dimostrate la vostra voglia di parlare non ce n'è una in cui ci diciate di aver trovato Cube abbandonato su una panchina, sul sedile di un treno o della metropolitana. Questo può significare due cose: o che lo ve fregano prima che ve ne possiate impossessare oppure - ed è l'ipotesi più realistica - che Cube non sia il tipo di giornale che si abbandona in quel modo. Nonostante Cube non costi nulla.

Bugia. In realtà questa rivista costa, eccome. Innanzitutto ci sono quegli esosi della redazione che dicono: "Noi il giornale lo facciamo per divertimento", dimenticando di specificare che senza i soldi, loro non si divertono. Poi ci sono quegli pseudo artisti dei grafici che ogni mese battono cassa con la scusa che i software costano: ma se non sanno neanche più tenere in mano riga e squadra! E poi quei simpatici aguzzini degli stampatori e dei distributori. Il tutto senza tasse (nel senso che a queste spese dobbiamo aggiungere l'obolo allo stato).

Ebbene, tutto questo per mettervi al corrente che stiamo valutando l'ipotesi di portare il gadget Cube in edicola, ponendo dunque in vendita la rivista a cinque sacchi. Non sappiamo ancora cosa questo potrà significare per voi

▲ 3
Patrizia Di Gioia
Cube, #6 1994
[Archivio Fondazione de Mitri]

red flesh

Sangue! Sangue! Sangue! Interventi chirurgici su videocassetta. Vergini scarnificate e carcasse di animali. Piu' sani piu' belli, con bisturi e pennelli.

Una donna seminuda sdraiata su un lettino, un equipe di simil-chirurghi in camice bianco, il pubblico intorno. Tutto sotto ai riflettori, e davanti alle telecamere. Potrebbe essere l'ennesima puntata di "Piu sani Più Belli" della Lambertucci - Nostra signora delle Diete e Protettrice della Liposuzione - con l'ennesima cavia. Invece siamo in una galleria d'arte. E quella sdraiata sul lettino è l'artista contemporanea (performer artist e il termine che fa al caso suo) ORLAN. Lei ha un progetto preciso e un solo desiderio: la reincarnazione di sé stessa. Da attuare ripetutamente, con il mezzo più moderno e meno spirituale a disposizione per tale scopo in questo pianeta sul finir di millennio: la chirurgia plastica. Di solito questa è una cosa che le lady (ma sono in crescita i signori) che si affidano al bisturi per un'aggiustatina all'estetica) in crisi di identità (dove identità sta per cellulite, rughe, seno too-much/less...) fanno in maniera riservata, per non dire nascosta.

Anche se poi se ne accorgono tutti e subito. Invece per Orlan il lifting è diventato una missione in nome dell'arte. "Il mio lavoro è una critica al concetto di bellezza e alla chirurgia estetica... Non sto affatto cercando di sembrare più giovane". Infatti ogni suo intervento è un fatto spettacolare, compreso il sovrappiù di brivido dato dal fatto che lei rimane sveglia per tutta la durata dell'intervento. Così ad occhi aperti e mente sveglia ordina: voglio il mento della Venere di Botticelli e gli occhi di Diana (quella della scuola francese dei pittori di Fontainbleau; o la più recente d'Inghilterra...), la fronte spaziosa come quella della Gioconda, le labbra di Naomi (Campbell), il pollice gigantesco come quello di Uma Thurman-Cowgirl... Tra garze e bisturi l'operazione continua fino alla fine dell'opera, d'arte. (Sono disponibili, in alcune gallerie d'arte francesi, le registrazioni video delle performance di Orlan: telefonare per la richiesta in Usa al 212-226.8195, o al 212-226.2761. Da guardare al posto della Lambertucci.)

Anche all'artista Usa Kiki Smith piace il rosso, sangue. Una delle sue ultime sculture presentate è stata una "Vergine Maria" a grandezza naturale in materiale plastico, nuda e con scarnificazioni e ferite sulla pelle che lasciano intravedere le vene. E c'è del "sangue" in uno dei contenitori di vetro con etichetta su cui è precisato quale fluido corporeo si trova all'interno. Smith ha già esibito anche repliche accuratissime di membra umane che sembrano il risultato di un corpo dissezionato da uno psicopatico... Immagini orrende e difficili da guardare a lungo: ma lei ci tiene a precisare che tutto questo non è necessariamente collegato al dramma dell'Aids né ai misfatti dei killer seriali. Si tratta semplicemente di riprodurre la figura umana in maniera anteriorica, cosa che finora la scultura tradizionale difficilmente è riuscita a fare. "Io voglio solo parlare di cose che hanno a che vedere con il corpo umano e con la vita".

Quella sdraiata sul lettino e Orlan. Lei ha un progetto preciso e un solo desiderio: la reincarnazione di se stessa

La giovane artista britannica Jenny Saville dipinge nudi di donna debordanti e traslucidi in modo che si possa oltrepassare il confine visivo dell'epidermide. Usuasi sempre sono ricoperti di segni rossi circolari e concentrici: proprio come quelli che ogni chirurgo fa prima di un intervento di liposuzione. (Ma anche stavolta, la Lambertucci supera l'arte contemporanea...). Sono di formaldeide ma stillano simil-sangue le carcasse di animale riprodotte da Damien Hirst (anche la rivista britannica "Esquire" gli aveva dedicato un servizio tra moda e truculento, perfettamente pulp fiction): immortalato da "The Face" nella galleria dei 15 volti della scena british, classe 1995. Mentre il suo stesso sangue - refrigerato - è stato usato da Marc Quinn per riempire il calco della sua stessa testa. Intanto per la biennale d'arte contemporanea e quotidiana messa in scena da tv e stampa la Madonna di Civitavecchia continua a piangere con il sangue di un certo signor Gregori (vedi esame del DNA).

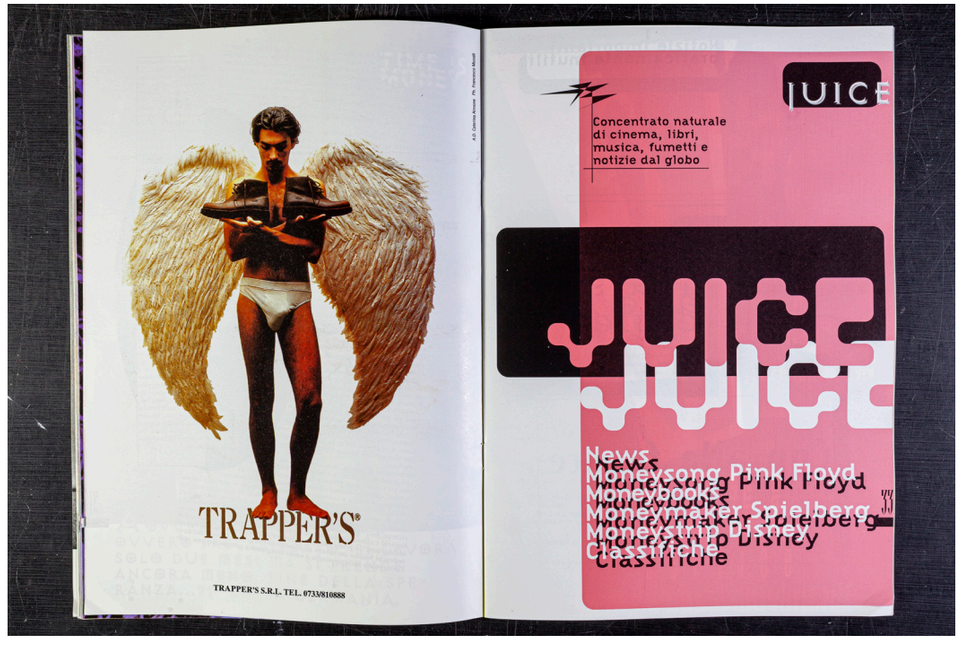
Potrebbe essere la ennesima puntata di Piu sani Piu Belli della Lambertucci. Nostra Signora delle Diete e Protettrice della Liposuzione... invece siamo in una galleria d arte

▲ 4
Patrizia Di Gioia
Cube, #3 1995
[Archivio Fondazione de Mitri]

▲ 5
Patrizia Di Gioia
Cube, #5 1993
[Archivio Fondazione de Mitri]

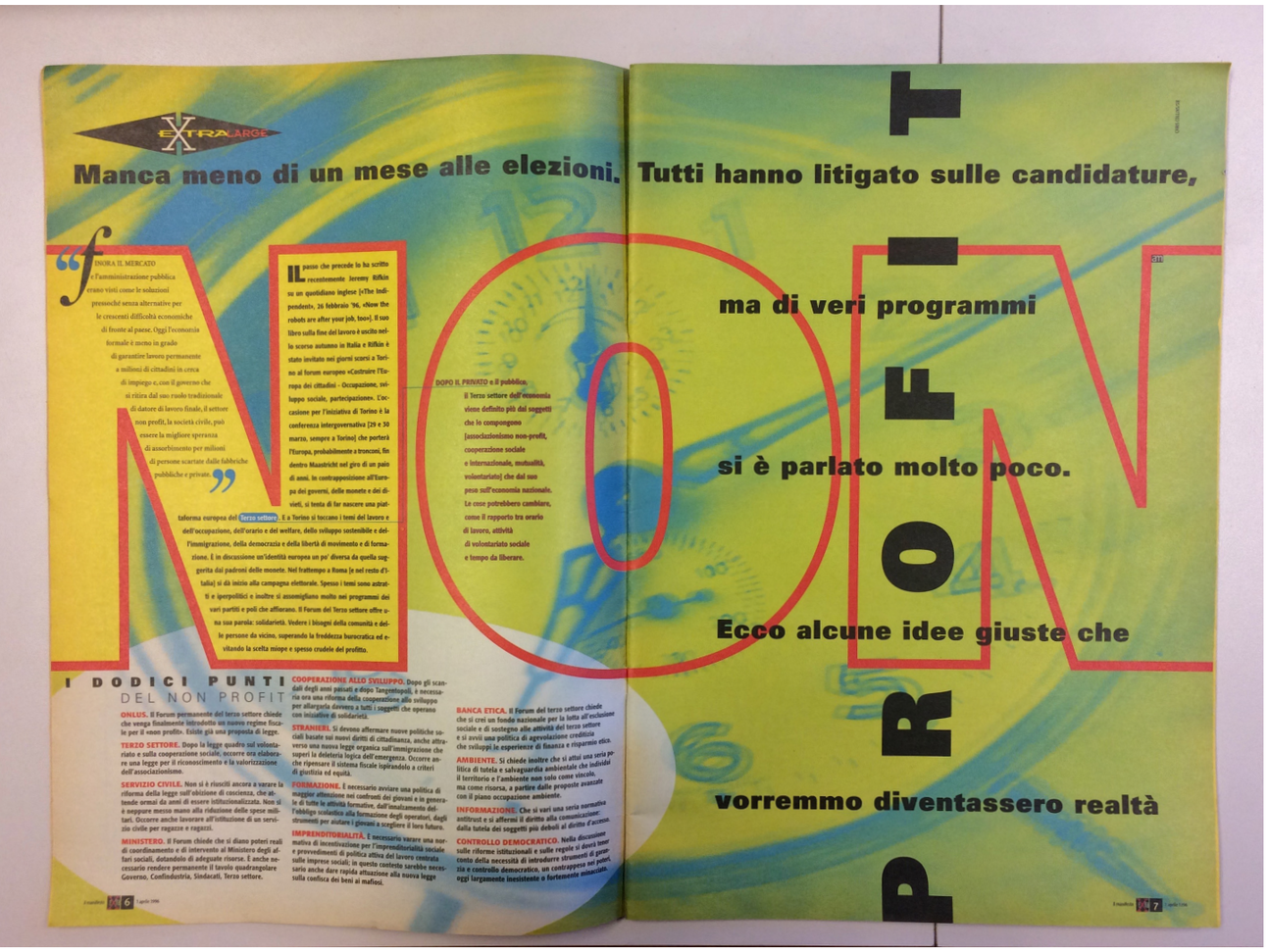
▲ 6
Patrizia Di Gioia
Cube, #4 1993
[Archivio Fondazione de Mitri]

▲ 7-8
Patrizia Di Gioia
Cube, #5 1993
Cube, #6 1994
[Archivio Fondazione de Mitri]



▲ 9-10
Patrizia Di Gioia
Cube, #9 1993
Cube, #6 1994
[Archivio Fondazione de Mitri]

Extra
Vincenzo Scarpellini



▲1
Vincenzo Scarpellini
Extra, #13 1996
[Archivio Fondazione Gramsci Emilia-Romagna]

▲2
Vincenzo Scarpellini
Extra, #11 1996
[Archivio Fondazione Gramsci Emilia-Romagna]

LO SPECCHIO DEL SUB

«SIAMO UN PO' COME UNO SPECCHIO. SE HAI QUALCOSA DI BELLO E TI SEI DIMENTICATO DI AVERLA, HAI BISOGNO DI GUARDARTI PER DIRE "BENE, NON SONO POI COSI BRUTTO..." BEH, IN UNA MANIERA O NELL'ALTRA, IN TERMINI STORICI, QUESTO E QUELLO CHE HA SIGNIFICATO L'EZLN PER LA SINISTRA MONDIALE»

«L'interpretazione dei media lasciava credere che l'impatto mondiale dell'Ezln si dovesse principalmente alla figura di Marcos.
NEL 1994 ERA DIVENTATO MOLTO FAMOSO, LA SUA STELLA BRILLAVA. C'ERA IL PERICOLO CHE CIO' GLI DESSE ALLA TESTA. PER QUESTO HA INVENTATO DURITO, LO SCARABEO CHE LO CRITICA E CONTINUAMENTE SI BURLA DI LUI. PER FARLO RESTARE CON I PIEDI PER TERRA.
Il 1995 ha dimostrato che è la bandiera dell'Ezln che riscuote simpatia nel mondo»

SEGUE DALLA PAGINA PRECEDENTE

Nessuno parla della mia funzione militare, dimenticano che la E di Ezln significa esercito, e che **Marcos non è il portavoce, è il capo militare degli zapatisti. Devi passare la vita con la maschera, con un passamontagna, ma non quello che piace a te, quello che la società ti impone.** La società pretende che la donna sia bella, ma bella secondo i suoi standard. È disposta a perdonarle che sia stupida, non che sia brutta. Se non è bella, deve fare il possibile per sembrarlo: se è mora deve tingersi i capelli di biondo, se è scura di carnagione deve sembrare più chiara, se è grassa deve dimagrire, se ha i seni piccoli deve farli crescere. **Anche l'uomo deve mettersi un passamontagna, deve conformarsi a un certo tipo di bellezza.** Deve avere successo economico, potere. E questo ha un costo, dopo una vita di «successi» si trova vuoto, ha tradito se stesso, non è più quello che avrebbe voluto essere, ma quello che altri hanno voluto che fosse.

Mi ha influenzato il Guevara della Bolivia non quello di Cuba. Lascia tutto dopo il trionfo e va a cominciare di nuovo. Questo Guevara «Sisifo» mi interessa, come anche il mondo della letteratura, soprattutto quella in lingua spagnola, che è segnata da una grande opera: il **Don Chisciotte de La Mancha**.
È una storia scritta per burlarsi dei cavalieri e della cavalleria, ma finisce per essere l'opera letteraria che più esalta lo spirito dell'essere umano che si dedica alle cause della giustizia. Nessuno ricorda le ultime parole del Don Chisciotte, quando si pente delle sue pazzie, tutti ricordano invece le sue imprese folli e la sua nobiltà d'animo. Quest'opera si ritorce quindi contro se stessa: a **Cervantes è scappato di mano ciò che lui stesso ha scritto.**

Prima di aderire all'Ezln, ero entrato in contatto con una organizzazione politico-militare, che non ha mai smesso di rimproverarmi una tendenza che allora si definiva «piccolo borghese»: il gusto per la letteratura, l'immaginazione, il sogno. Questo essere poco ortodosso creò anche molti ostacoli alla mia richiesta di andare in montagna. Poi, finalmente, il primo gruppo di guerriglieri che formò l'Ezln ebbe bisogno di fare scuola su questioni culturali.

Riuscii così ad andare sui monti, ma a questa condizione: fare l'insegnante e poi tornare.
Arrivai lì e trovai un gruppo di combattenti divisi nettamente: i meticci, più numerosi [«i quadri più quadrati», dicevamo noi!], e gli indigeni che stavano rivendicando il diritto alla ribellione senza dimenticare la propria cultura.

CONTRIBUIVANO ALLA «MONTAGNA» CON CIO' CHE NON SI PUO' APPRENDERE DAL MANUALE DELLA GUERRIGLIA O DAL MATERIALISMO STORICO: LA MAGIA, LA PARTE MAGICA.
È cominciato così un rapporto con la parte india della guerriglia, e fortunatamente l'adattamento del mio corpo mi ha permesso di restare. Durante i primi tre anni vivemmo un periodo di grande solitudine: il gruppo della guerriglia era molto isolato.

DIETRO IL PASSAMONTAGNA
«Volete sapere chi si nasconde dietro il passamontagna?» ha detto una volta Marcos. «Dovete solo prendere lo specchio e guardarvi in faccia». È da «El cumpleanos de Juan Angel», un libro dello scrittore uruguayano Mario Benedetti, che il subcomandante dice di aver preso il suo nome. Nel febbraio del '95, il presidente Zedillo annunciò pomposamente di aver «scoperto» che si trattava di Rafael Sebastian Guillén Vincente, 38 anni, sociologo, uno degli otto figli di una famiglia agiata di Tampico, educato in una scuola di gesuiti, passato per l'Università autonoma metropolitana della capitale federale e, infine, arrivato in Chiapas. L'Ezln naturalmente non conferma, ma ribadisce che poco importa chi sia Marcos, la strategia viene decisa dal Comitato clandestino rivoluzionario indigeno.

I meticci non c'erano già più, restavo soltanto io. Nella seconda parte degli anni Ottanta cominciava il riflusso dei movimenti di liberazione. Nell'85 avevamo messo su un accampamento: eravamo tre effettivi e tre reclute, sei dei dodici che costituivano allora tutto l'esercito zapatista. I combattenti più vecchi avevano 2 o 3 mesi di esperienza, io, con un anno, ero un veterano. **Diventavo sempre più indigeno**, ma non ho mai perso il gusto per la letteratura. Portavo i libri con me nello zaino e ascoltavo il rock attraverso la radio a onde corte scandalizzando un po' i miei compagni: non capivano che musica ascoltassi.

Ricordo che una volta, durante un'esplorazione, ero sul punto di schiacciare uno scarabeo. Qui ce ne sono due tipi: alcuni hanno la testa piatta e altri una specie di punta, li chiamano «rinoceronte».
Le nostre notti sono molto lunghe, spesso non si può dormire, così cominciai a parlare con questo scarabeo, ne feci un personaggio, lo chiamai Durito.
Non c'è niente di più logico che qualcuno con la pelle dura si chiami Durito!
Parlavo con lui e cercavo di spiegare ai compagni quello che stava succedendo o che sarebbe accaduto, ma era come se lo raccontasse Don Durito. Nacque il primo racconto, «Neoliberismo», dove Durito segnala il paradosso, che dopo prenderà la forma più definita del discorso della bandiera alla cattedrale, dei soldati che diventano tali perché un giorno non siano più necessari soldati.
Il problema si risolverà quando non dovremo più usare gli stivali.
Durito lo dice per interesse proprio, perché i soldati cessino di schiacciare gli scarabei. Poi però definisce lo zapatismo: il suo destino è quello di scomparire come esercito non appena non sarà più indispensabile.

Foto di Danilo De Marco

ESERCITO ZAPATISTA DI LIBERAZIONE NAZIONALE
PRIMA DICHIARAZIONE DELLA REALIDAD CONTRO IL NEOLIBERISMO E PER L'UMANITÀ

**«Sono già arrivato,
sono già qui presente,
io cantore.
Godete nei momenti buoni,
vengano qui
a presentarsi coloro
che hanno il cuore dolente.
Io elevo il mio canto».**
Poesia Nahuatl

AI POPOLI DEL MONDO
Fratelli:
durante gli ultimi anni il potere del denaro ha indossato una nuova maschera sopra il suo volto criminale. Al di là delle frontiere, senza curarsi di razze e colori, insulta onestà e assassina speranze.
Rinominato «neoliberismo», il crimine storico del concentramento di privilegi, ricchezze e impunità rende generali la miseria e la disperazione.
Una nuova guerra mondiale viene scatenata, ma questa volta contro l'umanità intera. Come in tutte le guerre mondiali, ciò che si cerca è una nuova spartizione del mondo.
Questa guerra moderna che assassina e dimentica la chiamano «globalizzazione». La nuova spartizione del mondo consiste nel concentrare potere nel potere e miseria nella miseria. La nuova spartizione del mondo esclude le «minoranze». Indigeni, giovani, donne, omosessuali, lesbiche, gente di colore, immigrati, operai, contadini; le maggioranze che abitano negli scantinati mondiali sono, per il potere, minoranze da cui si può prescindere.
La nuova spartizione del mondo esclude le maggioranze. Il moderno esercito dei capitali finanziari e dei governi corrotti avanza nell'unico modo di cui è capace: distruggendo.
La nuova spartizione del mondo distrugge l'umanità. Nella nuova spartizione del mondo c'è posto solo per il denaro e i suoi servi. Uomini, donne e macchine diventano uguali nella servitù e nell'essere sostituibili. La menzogna governa e si moltiplica nei mezzi e nei modi. Una nuova menzogna ci viene venduta come storia. La menzogna della sconfitta della speranza, la menzogna della sconfitta della dignità, la menzogna della sconfitta dell'umanità.
Invece dell'umanità ci offrono indici di Borsa, invece della dignità globalizzazione della miseria, al posto della speranza il vuoto, invece della vita l'internazionale del terrore. Contro l'internazionale del terrore rappresentata dal neoliberismo, dobbiamo mettere in piedi l'internazionale della speranza. L'unità, al di sopra di frontiere, idiomi, colori, culture, sessi, strategie, pensieri, di tutti coloro che preferiscono l'umanità viva. Non la burocrazia della speranza, non l'immagine inversa, e quindi simile a ciò che ci annichilisce.
Non il potere con un nuovo sogno o nuove vesti, ma l'alito della dignità, il fiore della speranza e il canto della vita.
La dignità è questa patria senza nazionalità, questo arcobaleno che è anche un ponte, questo mormorio del cuore senza che importi il sangue che lo vive, questa ribelle irriverenza che burla frontiere, dogane e guerre. La speranza è questa ribellione che rifiuta il conformismo e la sconfitta. La vita è ciò che ci devono: il diritto a governare e governarci, a pensare e agire con una libertà che non significhi schiavitù degli altri; il diritto a dare e ricevere ciò che è giusto. Per tutto questo, uniti a coloro che, al di là di frontiere, razze e colori condividono il canto alla vita, la lotta contro la morte, il fiore della speranza e l'alito della dignità...

L'esercito Zapatista di Liberazione Nazionale parla...
A tutti coloro che lottano per i valori umani di democrazia, libertà e giustizia; a tutti coloro che si sforzano di resistere al crimine mondiale chiamato «Neoliberismo», e aspirano a che umanità e speranza di essere migliori siano sinonimi di futuro.
A tutti gli individui, gruppi, collettivi, movimenti, organizzazioni sociali, cooperative, a tutte le sinistre già state e che ci saranno, organizzazioni non governative, gruppi di solidarietà con le lotte dei popoli del mondo, lesbiche, omosessuali, femministe, pacifisti.
A tutti gli esseri umani senza casa, senza terra, senza lavoro, senza alimenti, senza salute, senza educazione, senza libertà, senza giustizia, senza indipendenza, senza democrazia, senza pace, senza patria, senza domani. A tutti coloro che, senza distinzione di colore, razza e frontiera, fanno della speranza arma e scudo.
E lì convoca al Primo Incontro Intercontinentale per l'umanità e contro il neoliberismo.
Fratelli:
l'umanità vive nel petto di tutti noi e, come il cuore, preferisce il lato sinistro. Bisogna trovarla, bisogna trovarci. Non è necessario conquistare il mondo. Basta che lo rifacciamo nuovo. Noi. Oggi.
Democrazia! Libertà! Giustizia!
Dalle montagne del sudest Messicano.
Per il Comitato clandestino rivoluzionario indigeno
Comando Generale dell'Esercito Zapatista di Liberazione Nazionale.
Subcomandante Insurgente Marcos

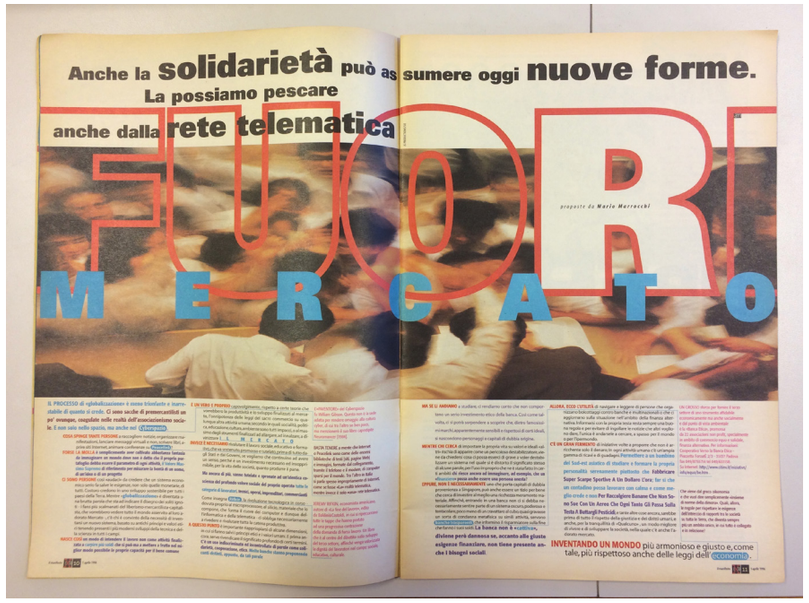
Messico, gennaio del 1996

INDIRIZZO INTERNET DELL'HOME PAGE ZAPATISTA
http://www.peak.org/~justin/ezln/ezln.htm
ezlnbst@mbox.vol

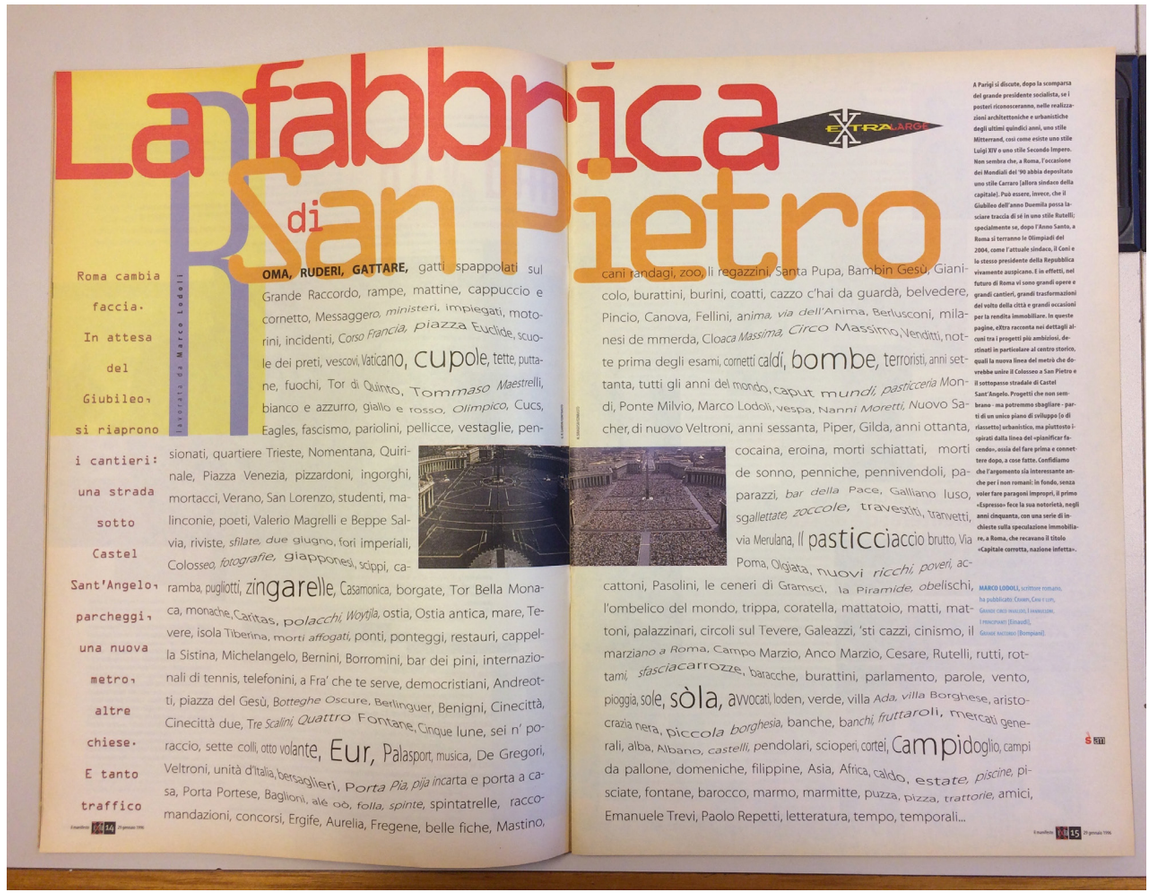
ECCO DOVE
Il primo Incontro intercontimentale per l'umanità e contro il neoliberismo si terrà nei mesi di aprile e agosto del 1996 nei cinque continenti secondo il seguente programma di attività:
■ 1.
Assemblee preparatorie continentali nel mese di aprile 1966 nelle seguenti sedi:
– EUROPA
sede da definire
– AMERICA
La Realidad, Messico
– ASIA
Tokio, Giappone
– OCEANIA
Sidney, Australia.
– AFRICA
sede da definire
■ 2.
27 luglio- 3 agosto 1966
Incontro intercontinentale negli «Aguascalientes Zapatisti», Chiapas, Messico.

Le riunioni preparatorie in Europa, Asia, Africa e Oceania saranno organizzate dal Comitato di solidarietà con la ribellione zapatista, da organismi affini e da gruppi di cittadini interessati alla lotta contro il neoliberismo e per l'umanità.
Chiamiamo i gruppi di tutti i paesi affinché lavorino uniti nell'organizzazione e per la realizzazione delle assemblee preparatorie. L'incontro intercontinentale per l'umanità e contro il neoliberismo, in Chiapas, sarà organizzato dall'EZLN, da cittadini e da organizzazioni non governative messicane che verranno resi noti a tempo debito.

▲ 3
Vincenzo Scarpellini
Extra, #7 1996
[Archivio Fondazione Gramsci Emilia-Romagna]

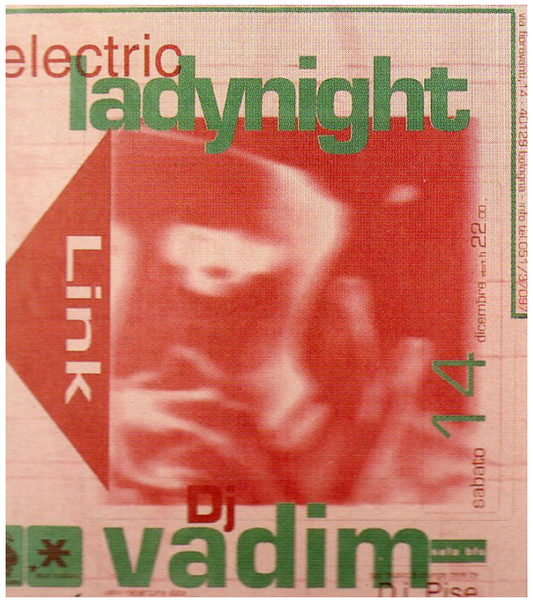


▲ 4-6
Vincenzo Scarpellini
Extra, #7 1996
Extra, #14 1996
[Archivio Fondazione Gramsci
Emilia-Romagna]

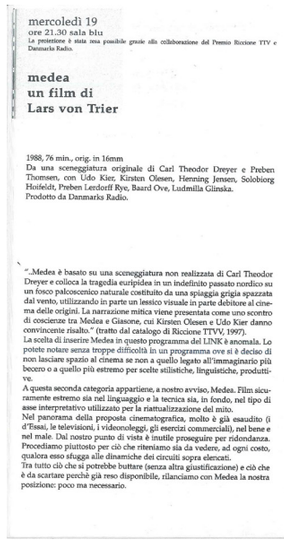


▲ 5
Vincenzo Scarpellini
Extra, #5 1996
[Archivio Fondazione Gramsci
Emilia-Romagna]

Link project
Loew Associati



▲ 1-2
Loew Associati
Link project, 1998-99
flyer


mercoledì 19
ore 21.30 sala blu
La presentazione è stata resa possibile grazie alla collaborazione del Premio Riccione TTV e Danmarks Radio.

medea
un film di
Lars von Trier

1988, 76 min., orig. in 16mm
Da una sceneggiatura originale di Carl Theodor Dreyer e Preben Thomsen, con Udo Kier, Kirsten Olesen, Henning Jensen, Solobiorg Hoifeldt, Preben Lerdorff Rye, Baard Ove, Ludmilla Glinska.
Prodotto da Danmarks Radio.

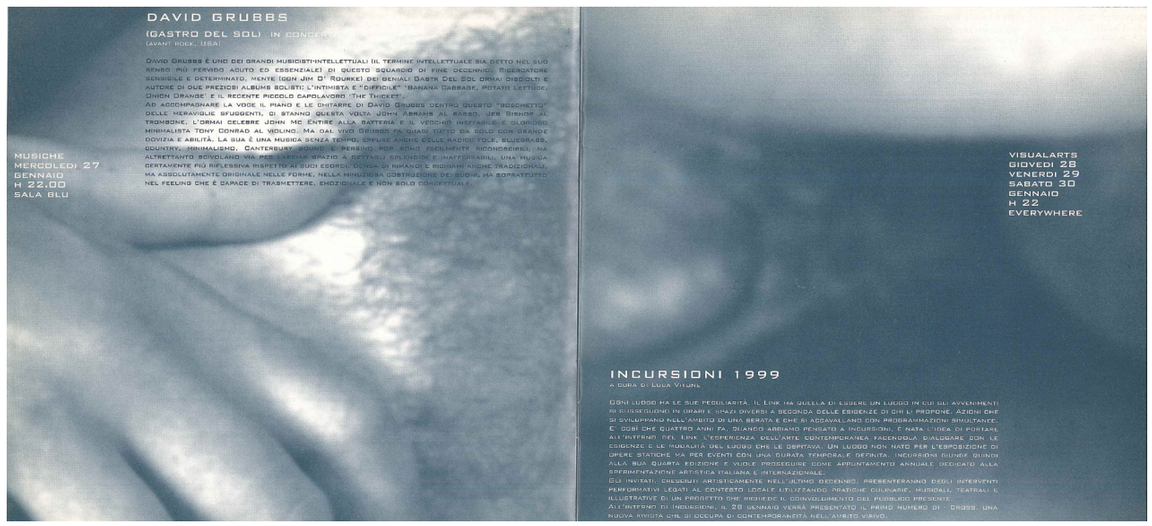
"...Medea è basato su una sceneggiatura non realizzata di Carl Theodor Dreyer e colloca la tragedia euripidea in un indefinito passato nordico su un fosco palcoscenico naturale costituito da una spiaggia grigia spazzata dal vento, utilizzando in parte un lessico visuale in parte debitore al cinema delle origini. La narrazione mitica viene presentata come uno scontro di coscienze tra Medea e Giasone, cui Kirsten Olesen e Udo Kier danno convincente risalto." (tratto dal catalogo di Riccione TTVV, 1997).
La scelta di inserire Medea in questo programma del LINK è anomala. Lo potete notare senza troppe difficoltà in un programma ove si è deciso di non lasciare spazio al cinema se non a quello legato all'immaginario più becero o a quello più estremo per scelte stilistiche, linguistiche, produttive.
A questa seconda categoria appartiene, a nostro avviso, Medea. Film sicuramente estremo sia nel linguaggio e la tecnica sia, in fondo, nel tipo di asse interpretativo utilizzato per la riattualizzazione del mito.
Nel panorama della proposta cinematografica, molto è già esaudito (i d'Essai, le televisioni, i videonoleggi, gli esercizi commerciali), nel bene e nel male. Dal nostro punto di vista è inutile proseguire per ridondanza. Procediamo piuttosto per ciò che riteniamo sia da vedere, ad ogni costo, qualora esso sfugga alle dinamiche dei circuiti sopra elencati.
Tra tutto ciò che si potrebbe buttare (senza altra giustificazione) e ciò che è da scartare perché già reso disponibile, rilanciamo con Medea la nostra posizione: poco ma necessario.

venerdì 20 novembre
ore 23.00 sala blu

iva
bittova
e vladimir
vàclaver
(Rep. Ceca)

Iva Bittova: violino, voce.
Vladimir Vàclaver: chitarra acustica, voce, percussioni.

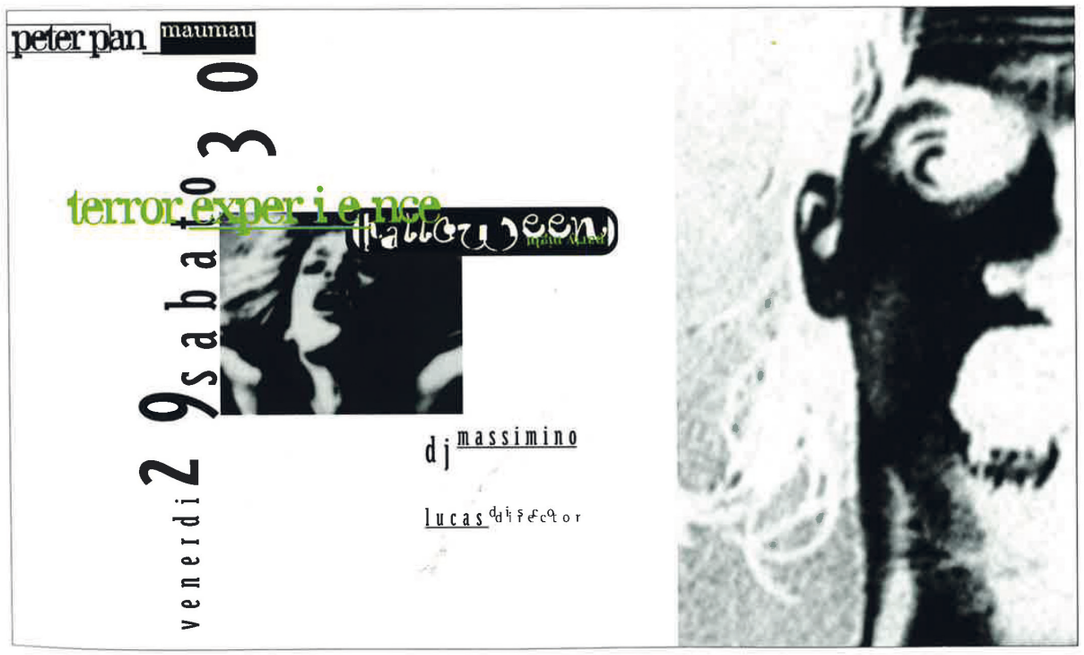
Iva Bittova, violinista dalle straordinarie capacità tecniche, dopo avere per anni suonato in duo con il batterista Pavel Fajt e collaborato con i più significativi musicisti della scena etnorock europea, ha scelto poi di approfondire il lavoro in solo esibendosi sul palco in una sorta di pièce, dalle forti connotazioni teatrali ,per violino e voce.
Ritornata recentemente all'esperienza del duo, la Bittova presenta al Link un nuovo progetto che la vede affiancata dal chitarrista Vladimir Vaclaver, musicista-poeta dei Dunaj e Rale.
Iva Bittova mostra un' estrema abilità sia alla voce che al violino, costruendo una musica in bilico tra materiali etnici dell'Est europeo e mormorio e cantilene dagli echi infantili. L'esito, tra piccoli gesti, guizzi repentini, frammenti e improvvise melodie, è un insieme frastagliato complessivamente sommesso e intimista, in cui l'accurato controllo della musicista ceca, produce un attraente effetto di implosione, che costituisce il tratto distintivo, la particolarità della sua proposta.

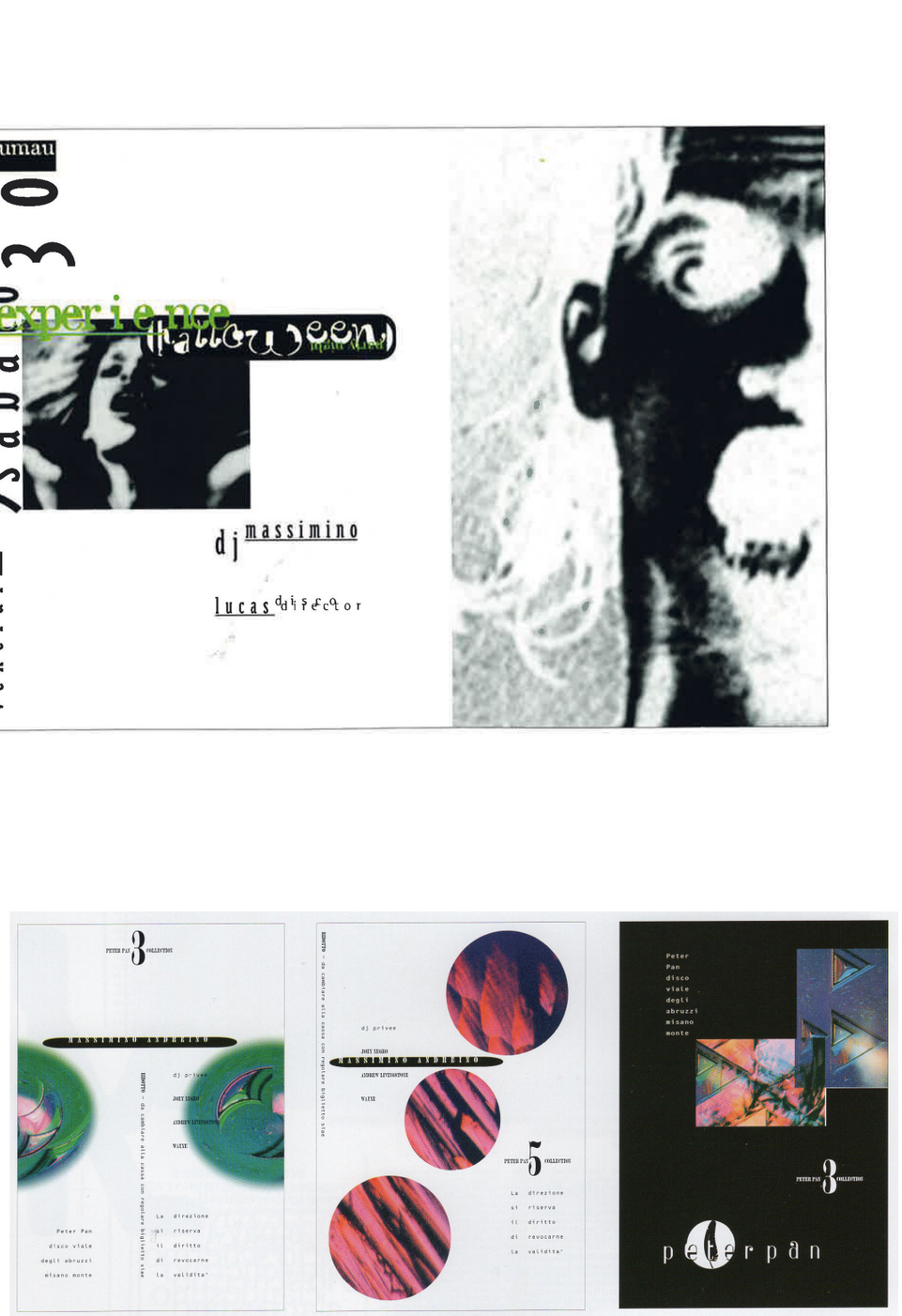


▲ 3-4
Loew Associati
Link mag, #ottobre-novembre 1997
Link mag, #gennaio-febbraio 1999
[Archivio La bottega dello sguardo]

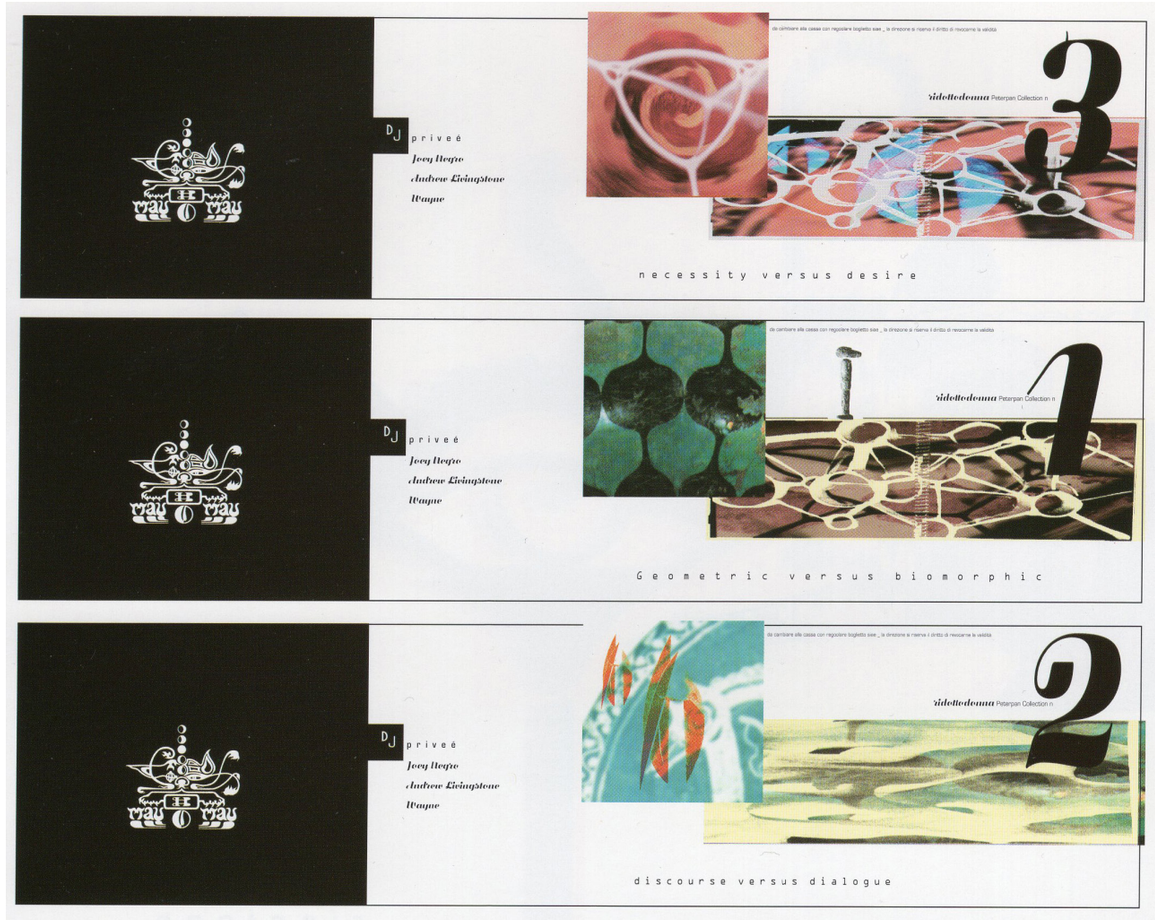
▲ 5-6
Loew Associati
Link mag, 1996-2000
[Archivio privato Mannu]

Club culture
Alessandra Morcella





▲ 1-2
Alessandra Morcella
Peter Pan, 1993-95
[Archivio privato Morcella]



▲ 3
Alessandra Morcella
Peter Pan, 1993-95
[Archivio privato Morcella]

Club culture

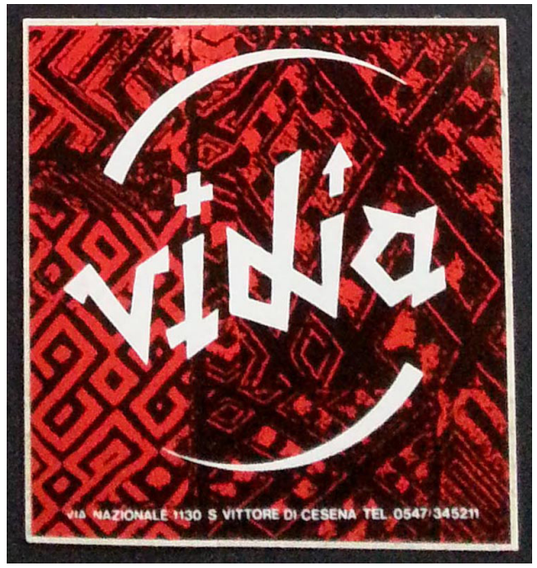
Patrizia Di Gioia

▲ 4
Patrizia Di Gioia
Spirity, 1992
[Archivio privato Di Gioia]

▲ 5-6
Patrizia Di Gioia
Spirity, 1992
[Archivio privato Di Gioia]

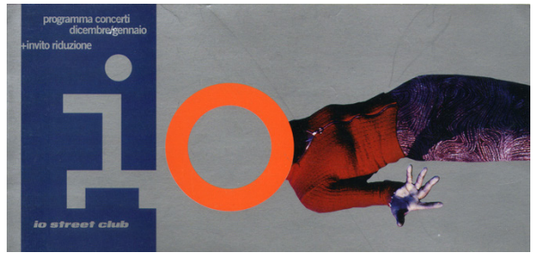
Club culture

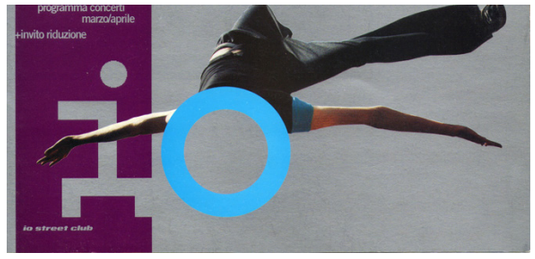
Stefano Tonti



▲ 7
Stefano Tonti
Vidia, 1984
[Archivio privato Tonti]

▲ 8-9-10
Stefano Tonti
Io street club, 1997
[Archivio privato Tonti]





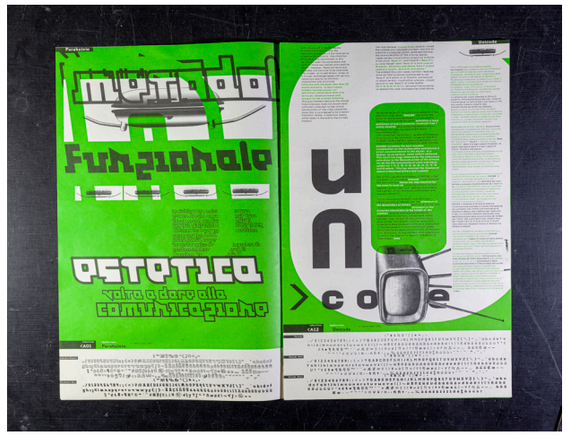
▲ 11-12-13
Stefano Tonti
Io street club, 1999
[Archivio privato Tonti]

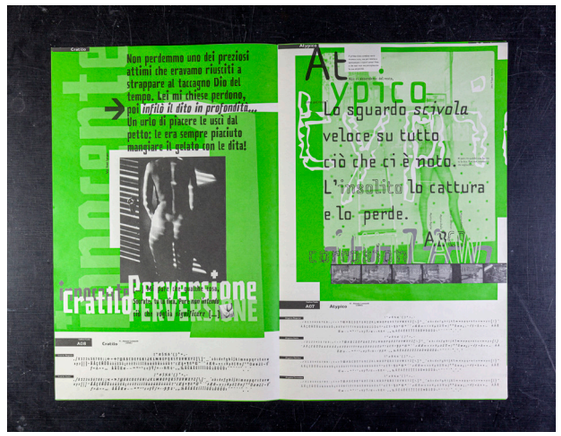
▲ 14
Stefano Tonti
Cocoricò, 1999
[Archivio privato Tonti]

Fontology

Alessio Leonardi & Fabrizio Schiavi

▲1
Alessio Leonardi & Fabrizio Schiavi
Fontology specimen, 1994-96
[Archivio privato Schiavi]





▲ 2-3-4-5
Alessio Leonardi & Fabrizio Schiavi
Fontology specimen, 1994-96
[Archivio privato Schiavi]

Buonanotte Sognatori!

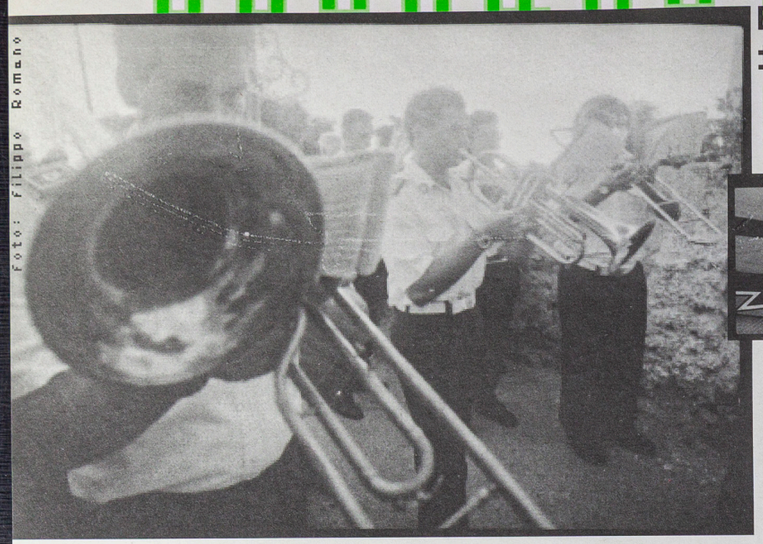
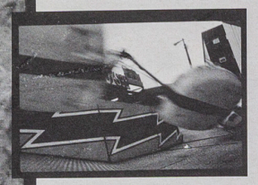


Foto: Filippo Romano



Seguivamo la banda che, percorrendo la strada che porta al cimitero, stancamente snocciolava uno dietro l'altro i quattro motivi del proprio repertorio.

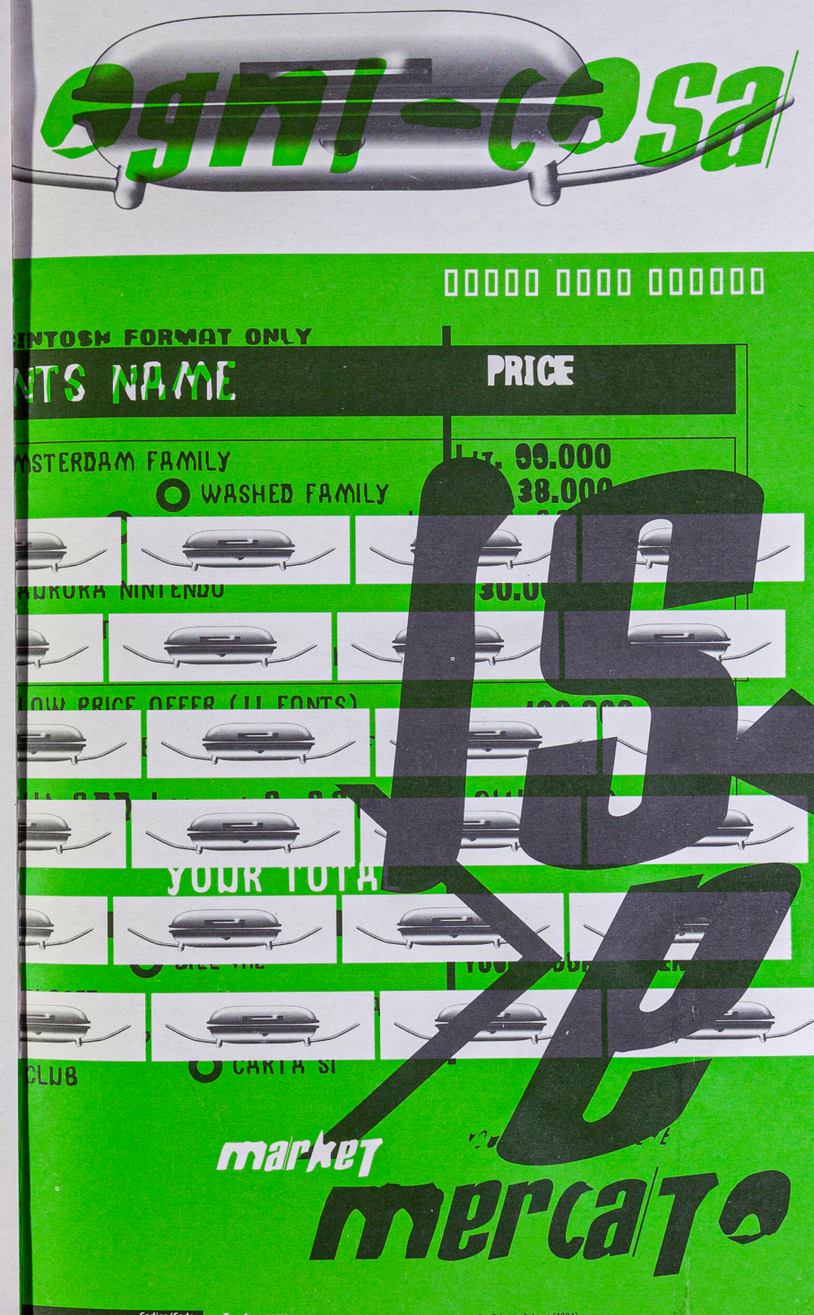
Seguivamo la banda che, percorrendo la strada che porta al cimitero, stancamente snocciolava uno dietro l'altro i quattro motivi del proprio repertorio.

Codice/Code
A09

Serbatoio

© : Alessio Leonardi (1992)

egnt-casa

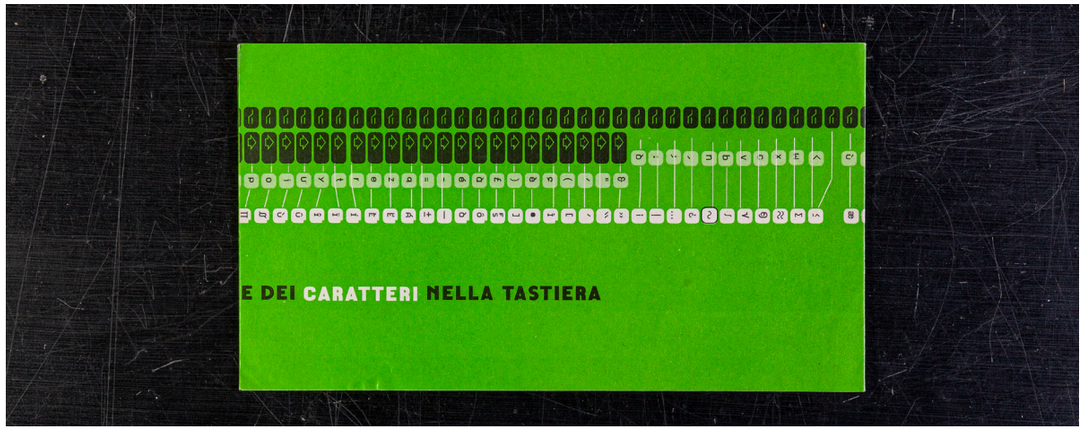


Codice/Code:
<A05

Typeface name:
D Trash

© : Fabrizio Schiavi (1994)

D Trash
D Trash Grassetto
D Trash Corsivo
D Trash Grass.Corsivo
D Trash Largo



▲ 6
Alessio Leonardi & Fabrizio Schiavi
Fontology pieghevole, 1994-96
[Archivio privato Schiavi]

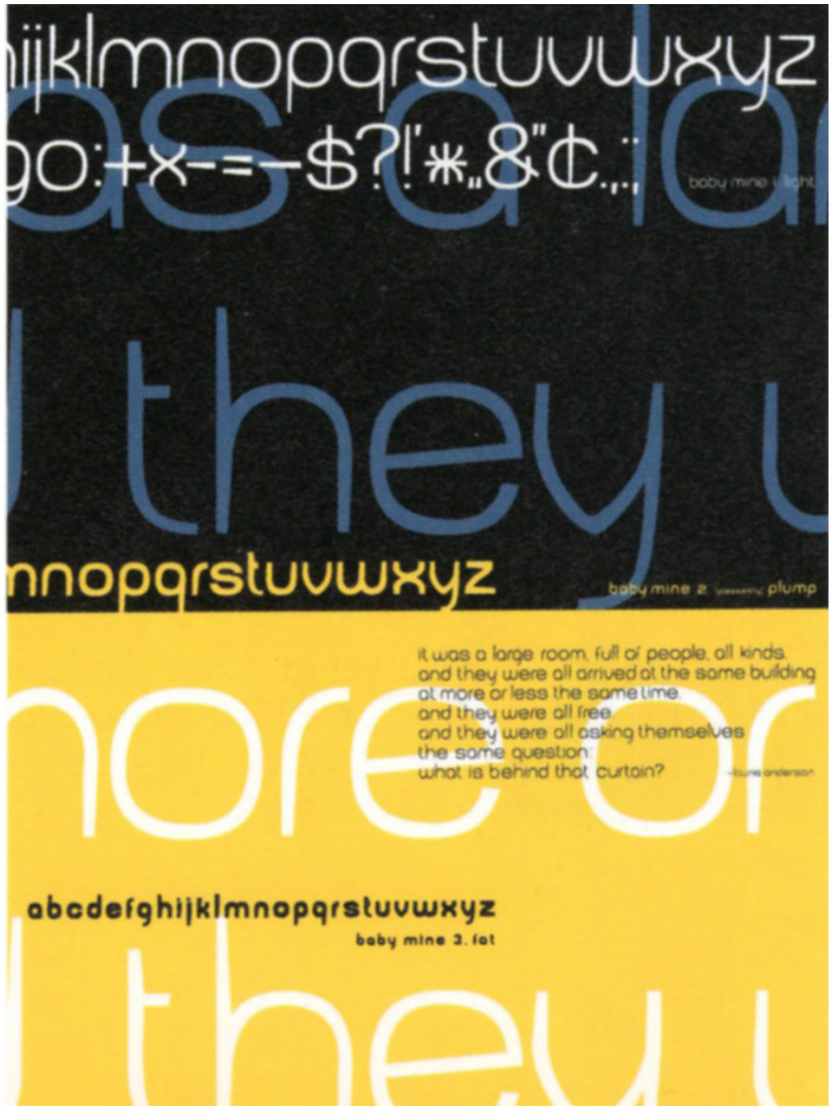
Font digitali

Fabrizio Schiavi

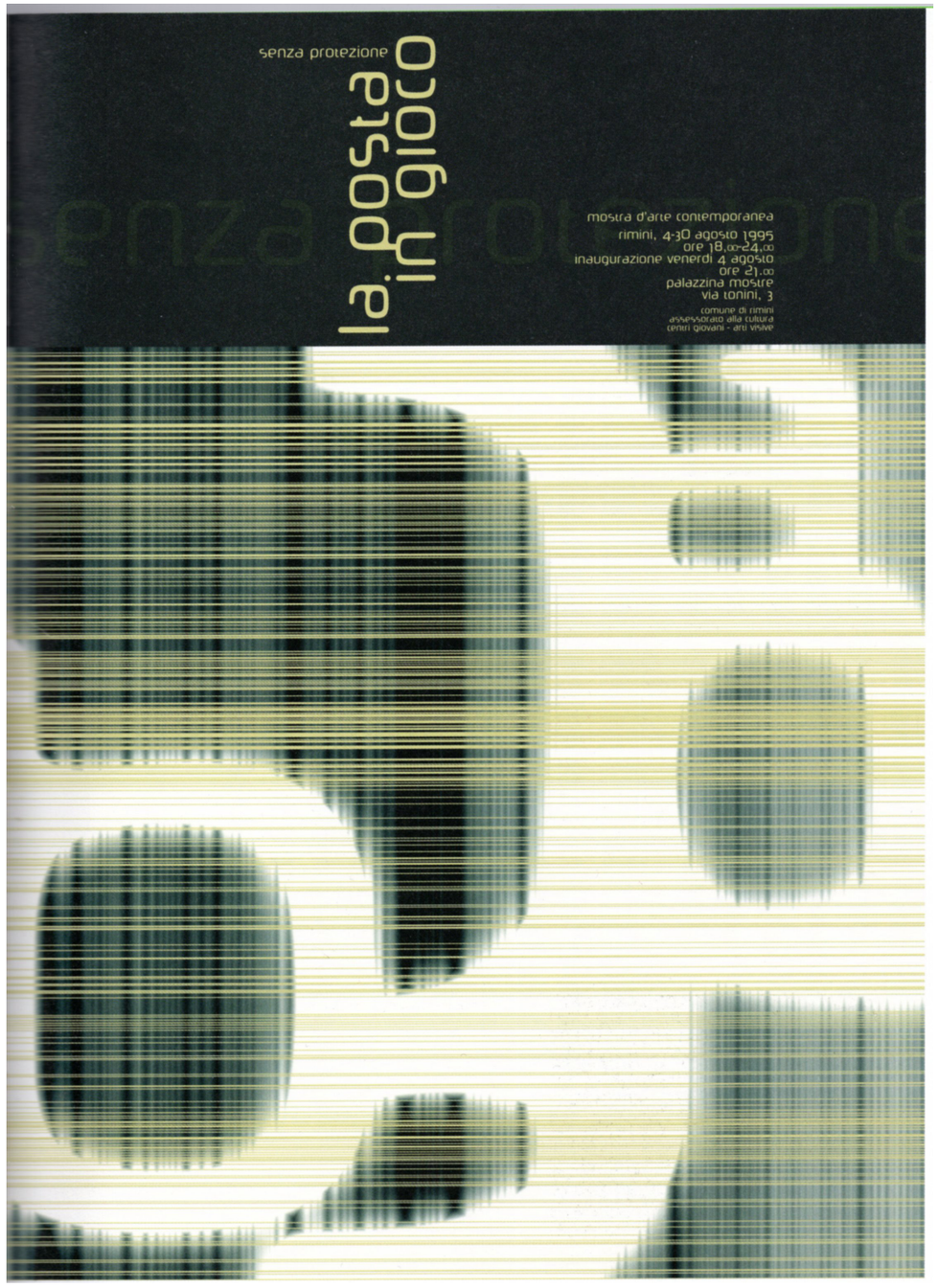
▲ 7-8
Fabrizio Schiavi
Specimen, 1996-98
[Archivio privato Schiavi]

Font digitali

Mauro Carichini



▲ 9
Mauro Carichini
Specimen *Baby Mine*, 1996
[Archivio privato Carichini]



▲ 10
Mauro Carichini
Specimen Ectoplasm, 1996
[Archivio privato Carichini]

7.

Conclusioni

Dall’indagine condotta è abbastanza chiaro quanto la rivoluzione apportata dal computer e dalla strumentazione digitale muti profondamente lo scenario della grafica internazionale e italiana degli ultimi vent’anni del secolo scorso. Una profonda trasformazione che cambia qualsiasi ingranaggio del sistema complesso della progettazione grafica, a partire dagli strumenti al processo di realizzazione e produzione del progetto, dai linguaggi visivi ai supporti, dagli ambiti progettuali alla metodologia, fino ad arrivare a modificare la figura stessa del graphic designer.

Quest’ultimo durante la fase di transizione dall’analogico al digitale assume la nuova identità di ‘grafico digitale’ che, da una parte, “adopera le tecnologie dell’immagine agendo sui segni visivi (le icone che compaiono sul monitor, i puntatori e i cursori) che diventano i suoi strumenti realizzativi”[1] e, dall’altra, lavora in campi sempre meno distinti che modificano la grafica in qualcosa di più dinamico e interattivo, non soltanto grazie all’introduzione di inediti ambiti progettuali, ma anche attraverso l’uso di nuovi linguaggi espressivi.

7.1 Essere o non essere considerati New Wave? La complessità dell’identità contemporanea della grafica italiana

Innanzitutto l’evoluzione innescata dal computer, come in ogni processo di trasformazione radicale, stabilisce dei gradi di continuità o discontinuità con il passato, tra i quali il più evidente è la frattura generazionale che si genera tra i progettisti grafici italiani, che contribuisce, tra i tanti fattori, a determinare la formazione dell’identità.

Come già discusso nel capitolo 5 di questa tesi *Alla ricerca di una nuova identità: i confronti, le frammentazioni e le nuove possibilità dei linguaggi digitali*, lo scenario italiano di quegli anni è suddiviso in tre generazioni principali – gli apocalittici, gli integrati e i tecno-entusiasti – che affrontano l’avvento del computer in modo differente, ma che soprattutto conducono riflessioni diverse sui linguaggi, condizionati dai loro approcci e dall’atteggiamento verso la nuova strumentazione digitale.

1 Cfr. Brunelli, P. P., *Grafico: professione mutante*, in “Linea grafica”, 4, 2001, p. 56.

Ciò che si nota nello specifico nelle generazioni degli integrati e dei tecno-entusiasti – coloro i quali vivono maggiormente il momento di transizione dall'analogico al digitale e affermano o iniziano la propria carriera in quegli anni – è l'accavallamento, la sovrapposizione e la convivenza non solo di tecniche, di supporti e di linguaggi diversi – distantissimi tra di loro – ma anche di profili e di ruoli che nel progetto si muovono con logiche profondamente differenti.

Come scrive Baule, in un editoriale di inizio Millennio, lo scenario del ventennio appena trascorso si configura come un momento in cui "nuovi supporti tradizionali si integrano tra loro in forme di comunicazione complessa; così che il 'progetto integrato' diventa sempre più la base per la comunicazione nell'era della transizione. Dove si mescolano tecniche e si trasferiscono linguaggi"[2].

Difatti la specificità del graphic design italiano del periodo analizzato in questa ricerca da un lato è il risultato della estesa contaminazione delle tecniche e della mescolanza delle espressioni visive, configurandosi conseguentemente come un progetto integrato e ibrido, e dall'altro nasce dalla capacità critica di filtrare esperienze e patrimoni diversi e di assumere come proprie certe modalità progettuali estere rielaborandole in chiave italiana.

A proposito delle influenze estere, a partire dagli anni Novanta, la 'generazione tecno-entusiasta', in particolare, si lascia influenzare da approcci e modelli grafici di importazione – riferendosi soprattutto alle espressioni di David Carson e Neville Brody e ad alcuni elementi visivi del movimento della New Wave internazionale –, che decretano la fine della visione sistemica degli anni precedenti caratterizzata, sinteticamente, da un tracciato rigido, articolato da precise regole, gabbie statiche e coerenza di coordinamento interno. All'approccio rigoroso si sostituiscono, grazie anche alla diffusione del computer, linguaggi elastici, composizioni più fluide e mutevoli, tipografia espressiva, sovrapposizione di segni e immagini, tutti elementi che a un occhio inesperto appaiono meno progettati poiché non sono vincolati a griglie regolatrici; il progetto grafico diventa quindi più espressivo e intuitivo.

Se è evidente l'influenza dello scenario internazionale nei lavori di alcuni progettisti italiani, come testimoniano coloro che si sentono 'dentro l'onda' del rinnovamento del graphic design di quegli anni –si fa riferimento alle esperienze di Patrizia Di Gioia, Alessandro Jumbo Manfredini e Alessandra Morcella – nasce, di conseguenza, la necessità di domandarsi se è possibile riconosce anche in Italia l'esistenza del movimento grafico della New Wave.

Sebbene gli approcci e gli artefatti comunicativi di qualche progettista della 'generazione tecno-entusiasta' riportino molti degli elementi visivi del graphic design New Wave e questi si riscontrino maggiormente in ambienti culturali underground, in realtà quello che si evince da questa ricerca è che per diverse ragioni non è possibile assegnare un'etichetta del genere al progetto grafico italiano realizzato al computer. Per prima cosa, attribuire il titolo New Wave a quanto accade negli anni Ottanta e Novanta per effetto della rivoluzione digitale presupporrebbe l'esistenza di una visione unitaria della grafica almeno in una comunità riconoscibile di professionisti. Ma questa comunanza di intenti e linguaggi non emerge dalla ricerca anzi l'uso del computer nella progettazione grafica potenzia e moltiplica le possibilità di espressione dando vita a: una miriade di approcci differenti condizionati dal contesto in cui i progettisti lavorano; a un'eterogeneità dei linguaggi che spaziano da quello più sperimentale a quelli multimediale; a una ricchezza di produzione ampliata anche dalla velocizzazione della prassi progettuale, effetto dell'elaborazione digitale degli artefatti comunicativi.

Se un legame va individuato, come emerge dalla ricerca, questo può essere ritrovato nel rapporto e nelle sintonie nate fin questo periodo fra i graphic designer e altre figure professionali nei campi della musica, della moda e dell'arte. Il segno grafico digitale si sviluppa perciò maggiormente attraverso la contaminazione dei campi dove si assiste piuttosto a una continuità soprattutto nei procedimenti e nella propensione alla ricerca e alla sperimentazione. Quindi, invece di parlare di visione unitaria o di New Wave della grafica italiana, intesa come un gruppo di persone che porta avanti un pensiero coerente su approcci e linguaggi, si dovrebbe intendere lo scenario italiano come un'orchestra polifonica, dove ogni singolo componente contribuisce a costruire con il suo punto di vista la base della comunicazione visiva nazionale; una comunità capace di formare attraverso le vicende di quegli anni una serie di professionalità future. Inoltre, bisogna anche considerare che, in certi casi, la cifra stilistica sperimentale dei progettisti muta nel tempo di pari passo con l'acquisizione di una maggiore dimestichezza con il computer e con all'avanzamento delle tecnologie.

Tale visione polifonica è anche il frutto dello sviluppo della grafica digitale in aree geograficamente periferiche rispetto all'epicentro milanese, condizione che piano piano si perde dall'inizio nel nuovo Millennio riportando la città meneghina al centro dello scenario nazionale.

Proprio la relazione fra margini e centro, che questa tesi ha iniziato a ricostruire colmando un vuoto storiografico, può aiutare a ridefinire oggi il concetto stesso di centralità e a comprendere le dinamiche dello scenario contemporaneo della grafica italiana.

7.2. Il nuovo Millennio e l'inarrestabile resa al digitale?

Un aspetto che emerge potentemente incrociando l'analisi degli artefatti prodotti, il dibattito (scarso) nelle riviste – talvolta anche non di settore – e in alcune manifestazioni, e le testimonianze dei principali protagonisti è il tardivo confronto con il digitale della grafica italiana rispetto allo scenario internazionale.

Tale ritardo protrae la transizione al digitale fino agli inizi del nuovo Millennio, come si appura in diversi editoriali di Giovanni Baule, direttore della rivista *Linea Grafica*, in cui cerca sia di dare una spiegazione e di trovare delle risposte a quanto è appena avvenuto sia di "storicizzare l'immediato passato per ridare credibilità"[3] alla nuova situazione e per "uscire da un equivoco ancora in corso"[4]. Nelle riflessioni di Baule dei primi anni Duemila traspare quindi come si stia ancora ulteriormente metabolizzando la grande ubriacatura originata dalla rivoluzione digitale attraverso la contrapposizione di concetti, analogico contro digitale, materiale contro immateriale, vecchia generazione contro nuova e così via. La posizione che emerge quindi dalle pagine della maggiore rivista di settore risulta poco inclusiva verso il processo di digitalizzazione, incoraggiando le perplessità della comunità dei progettisti, per lo meno tra quelli della vecchia guardia, nonostante l'inarrestabile diffusione e sedimentazione del digitale pervada e condizioni ormai molti aspetti della società, specialmente in seguito allo sviluppo di Internet.

Nel frattempo, di pari passo al rapido avanzamento tecnologico della strumentazione digitale, da una parte stanno maturando e prendendo spazio gli ambiti del progetto oramai non più inediti, come il web design, la videografica – identificata ora con il termine motion graphic – e l'interaction design, e dall'altra le esigenze della

2 Cfr. Baule, G., *editoriale Le due generazioni*, in "Linea grafica", 5, 2000, p. 18.

3 Cfr. Baule G., *editoriale e-dologie*, in "Linea grafica", 6, 2003, p. 14.

4 Ibidem.

committenza richiedono la progettazione di artefatti comunicativi interattivi o con linguaggi appropriati e più competitivi con la scena estera. Di conseguenza il progettista grafico del nuovo Millennio diviene consapevole della necessità di avvalersi di ulteriori competenze e di configurarsi come una figura transdisciplinare e transprofessionale, adeguata all'evoluzione dei nuovi media e della new economy, ossia capace di transitare dall'interfaccia della scrivania-desktop del computer al modello 'villaggio-rete' del Web. Un progettista che deve essere in grado di interpretare la realtà sempre più complessa e strettamente connessa alle mutazioni introdotte da Internet in cui stanno sorgendo specifici luoghi, entità, prodotti e linguaggi che si integrano con artefatti e supporti già presenti.

D'altra parte, l'ascesa del digitale nel nuovo Millennio fa emergere la necessità di rifondare una cultura della progettazione capace di integrarsi con le innumerevoli potenzialità della tecnologia, senza dimenticare che saper utilizzare le più sofisticate applicazioni destinate al graphic design non tramuta tutti in progettisti, soprattutto in un'epoca in cui l'ampia accessibilità degli strumenti della produzione digitale sta trasformando la grafica in una professione 'di massa', con un numero di addetti molto superiore a quello della comunità dei decenni Ottanta o Novanta. Un incremento in parte dovuto anche all'ingresso della disciplina nei corsi di laurea universitari italiani dedicati al design a partire proprio dal 2001.

Ciò che resta evidente e inalterato nella professione del graphic design è comunque il suo essere in continuo mutamento, di pari passo non solo con gli strumenti del progetto o i nuovi supporti tecnologici ma anche di fronte alle necessità *in primis* della committenza e in secondo luogo dei contesti sociali in cui opera visti in una prospettiva più ampia.

>> apparato 1

TESTIMONIANZE ORALI

Roberto Barazzuol

progettista grafico
▶ Udine
20.05.2019

P. Come le avevo già accennato telefonicamente, essendo stato uno dei pochi italiani ad essere citato in una rivista internazionale, sono interessata a chiederle quale sia la differenza tra il suo lavoro all'estero, in America, e poi quello in Italia e come l'ha influenzato. Tuttavia, prima di addentrarci nelle successive domande, sono interessata alla sua biografia, i suoi studi, la sua carriera e cosa l'ha spinto ad andare in America?

B. Non ho fatto degli studi accademici specifici sul graphic design. Inizialmente ho fatto un anno o due di Accademia di Belle Arti sezione scenografia, dopo avere fatto il liceo artistico a Treviso. Durante il liceo artistico è stato fatto un anno con un programma di argomenti alternativi dove un insegnante, Franco Armellin che si occupava di grafica a Treviso, ci ha introdotto in questo mondo facendoci fare un progetto sull'immagine del Museo di Storia Naturale di Venezia. Quindi mi si è aperto l'interesse per questa disciplina, è stata un'esperienza molto breve e poi finito il liceo artistico le possibilità erano di continuare gli studi o provare a entrare in qualche agenzia locale come grafico seppure non fossimo qualificati come tale, ma allora non esistevano le scuole specifiche di graphic design e la parola stessa non si utilizzava ancora. Ho lavorato presso un'agenzia a Conegliano Veneto che si chiamava Balliana. Nelle realtà del territorio ricordo anche un'altra realtà, il Quadragono, che è stata fondata da un personaggio importante in Italia perché è stato tra i primi a fare conoscere l'illustrazione a livello internazionale. Di fatti all'interno dello studio Quadragono lui pubblicava i suoi libri da collezione, il progettista si chiamava Mario Vigiak. Ho lavorato in quest'agenzia con altri in quel periodo che poi hanno intrapreso la propria strada, tra i tanti Francesco Moretti, che a un certo punto si trasferì a Parigi e lì si è occupato di grandi progetti nel settore della moda e del profumo, progettando sia packaging che identità in senso lato e diventando direttore artistico. Dopodiché c'era Agostino Toscana che ha lavorato ed è stato un direttore artistico per tanti anni alla Saatchi & Saatchi a Milano. E infino Fabio Fedrigo che ha fondato lo studio Bianchi&Kerrigan a Conegliano. Insomma, diciamo che era un momento così ed eravamo tutti un po' in prestito in questa situazione di agenzia di provincia. Quindi facevo una creatività non sostenuta da studi accademici, ma dal mio talento o dalla mia intuizione e un po' dalla direzione artistica che c'era all'interno dello studio.
Poi un po' per occasione casuale sono andato con una mia amica a trovare suo fratello a San Francisco, lui si trovava lì a Berkeley con un programma di scambio di studi. Sono partito nel 1983 per una vacanza, in quel momento ero in un periodo di limbo, a 25/26 anni non sai cosa fare, non sapevo l'inglese così sono rimasto ospite di questo suo fratello e da lì ho incominciato il mio percorso. Ho lavorato nei ristornati, imparando l'inglese dividendo l'appartamento con 'room-mate', mi ricordo di avere lavorato in questo ristornante italiano che si chiamava *Prego* che importava il modello italiano in America. Ha avuto successo perché replicavano il gusto inteso come design milanese infatti avevano arredato il locale con lampade di Castiglioni, quindi un gusto molto avanti rispetto a quello che si vedeva. Piano piano ho incominciato a chiedere in giro e ho iniziato a lavorare come esecutivista per qualche studio, lì gli esecutivisti erano chiamati 'mechanical artist' ed erano i più pagati.
Sto parlando di un periodo senza il computer, dove fare tutti gli esecutivi prevedeva un procedimento molto complesso, lungo e costoso, perché si mettevano su un board, ossia su cartoncino, tutti i tracciati con i crocini, utilizzando la matita azzurra, perché l'azzurro non veniva letto dalla reprocamera. Dopodiché si facevano tutti i montaggi delle gallery, cioè le strisciate di testo, nel caso in cui si doveva comporre un libro allora si faceva lo specimen con colonne di testo e la fotocomposizione, costosissimo per cui non si doveva sbagliare. Ricordo, che non avendo dimestichezza con le unità di misura americane, come la pica e gli inches, lavoravo con doppie stecche e facevo calcoli su calcoli per fare il kerning e l'heading in modo corretto, pensando come sarebbero potute venire bene le colonna di testo ed evitando gli errori. Ovviamente tutto composto mediante la fotocomposizione e così via, in tutto questo procedimento l'operazione di 'paste up', cioè di incollare gli elementi visivi per fare gli esecutivi veniva utilizzata la Cow Gum una colla che costava tantissimo. Noi invece usavamo la wax, una macchinetta che emetteva la cera, quindi si tagliavano separatamente sul cartoncino tutte le parti che poi andavano nel 'paste up', si controllavano con la stecca o con il parallelografo per essere sicuri che tutto fosse allineato e dopodiché si pressava il foglio col rullo. Poi c'erano anche tutte le correzioni più specifiche, io non svolgevo il ruolo di 'mechanical artist' per professione, ma chi faceva solo quello aveva il compito di fare delle piccole modifiche, cioè correggere gli errori di microtipografia con lente di ingrandimento e sgarzino. Per esempio quando ho lavorato per l'azienda Esprit, c'era il dipartimento di grafica diretto da Tamotsu Yagi, un grafico famoso giapponese che, ricevuta un'offerta irrinunciabile e economicamente vantaggiosa, si è trasferito a San Francisco per seguire come art director l'immagine aziendale. Quindi in questo 'department' c'era una filiera di produzione da seguire ed era presente un manager che dirigeva questi lavori di 'paste up', si faceva tutto a mano e con una reprocamera. Ovvero per produrre le pellicole internamente si utilizzavano questi macchinari, tra cui anche l'ingranditore che riprendeva l'impaginato fotograficamente per essere riportato in pellicola, dove successivamente veniva modificato con lo sgarzino e a volte se l'esposizione non veniva bene, gli spessori degli elementi incollati lasciavano delle righe e delle ombre che si dovevano correggere in seguito con le penne di correzione. Si usava spesso il Rubylith, un nastro/pellicola adesivo rosso e traslucido usato per fare le maschere, quindi tanto lavoro manuale che tutti – intendo quelli della mia generazione –, hanno svolto per realizzare gli esecutivi a mano.

P. Durante la sua esperienza a San Francisco si ricorda quando ha visto per la prima volta il computer in uno studio di comunicazione?

B. L'azienda Esprit, visto che era un leader alternativo negli Stati Uniti nel settore dell'abbigliamento e della moda 'ready to wear' e molto attenta all'aspetto comunicativo del progetto aziendale, nel 1985 o 1986 ha ricevuto dei computer – penso gratuitamente – dalla Apple Computer. Quindi nel dipartimento possedevamo due computer, ma nessuno li sapeva usare, solo dopo pochi mesi è spuntato un ragazzo in grado di utilizzarli, anche se non era un progettista. Le prime esperienze col computer non erano altro che il tentativo di riprodurre delle scritte tipografiche, si faceva, o meglio, si tentava di fare da soli un po' di fotocomposizione. Facevamo solo i titoli che prima venivano spaziati a mano, infatti a differenza del testo ovvero del 'body copy', la titolazione di una pagina o qualcosa che avesse la spaziatura più importante si faceva a mano. Però fondamentalmente non abbiamo subito adottato il computer, così come gli altri studi, magari si aveva qualcuno che internamente incominciava col computer, ma tutti abbiamo continuato con il lavoro tradizionale. Non è stato un cambio immediato e non ha rivoluzionato immediatamente il progetto. I primi che hanno iniziato a fare esperienza direttamente col computer hanno realizzato dei progetti dove il pixel diventava un elemento distintivo dell'utilizzo del computer, quindi si enfatizzava il fatto che il pixel fosse la traduzione del linguaggio visivo del computer. Ad esempio April Greiman che è stata una grande grafica – a me piace dire che lei è stata la Laurie Anderson della grafica – ha realizzato progetti con quell'estetica lì. Era un periodo in cui si lavorava molto con i layer, quindi le sovrapposizioni e le costruzioni libere,

a mio avviso c'era un po' di costruttivismo. Un'altra brava grafica che ricordo è Lucille Tenazas, poi c'era Mark Holt che per un periodo ha avuto uno studio a San Francisco. L'idea della rivista *Octavo* è nato dalla sua esperienza californiana, realizzata quando lui è tornato in Inghilterra. Lui aveva uno studio, collocato sulla strada in cui erano presenti diversi progettisti, architetti, fotografi, con suo fratello, un architetto e un giorno passando di lì sono entrato e così siamo diventati amici. Ricordo che sullo stesso lato della strada c'era anche un'altra brava grafica di San Francisco Melanie Doherty, che attualmente si occupa di immagine per il sociale.
Quindi nel quartiere degli immigrati creativi ho conosciuto Mark, fondatore negli anni successivi del gruppo 8vo e dell'omonima rivista, famosa soprattutto in Inghilterra, dove c'era il gusto per la grafica razionale e costruttivista, che allora aveva un po' scardinato lo scenario inglese, perché in quel momento la grafica che veniva guardata come punto di riferimento non era quella inglese, ma quella californiana, per ragioni forse legate all'avvento del computer. Oltre alla Greiman un altro esempio di grafica e computer è il lavoro di John Hersey, più orientato all'illustrazione. Poi c'è stata la mostra organizzata da Giorgio Camuffo, *Pacific Wave: Californian Design*, che ha portato a Palazzo Fortuny a Venezia una mostra iconica sulla grafica internazionale contemporanea mai vista in Italia. Giorgio era venuto a San Francisco e io l'ho aiutato coi rapporti con i progettisti, perché il suo inglese non era il massimo, insieme abbiamo visitato tra gli studi più importanti, tra i quali anche quello di Saul Bass che ci ha regalato persino due suoi poster. Ricordo che abbiamo incontrato anche Deborah Sussman che nel 1984 si era occupata della grafica delle olimpiadi e precedentemente da giovane aveva lavorato nel team di Charles Eames. Dopodiché c'era John Casado, che ha fatto la grafica del primo logo del computer *Macintosh*, diciamo che abbiamo incontrato tutti i più grandi grafici californiani e quindi quella è stata un po' la mia esperienza di ricognizione e interazione a San Francisco. Nel mio periodo californiano prima ho fatto un po' la gavetta, mi ricordo che ho lavorato in un negozio di cartoline molto particolare, in cui mi occupavo principalmente di ritocco e illustrazione; successivamente sono entrato nel dipartimento grafico dell'azienda Esprit per circa un anno e mezzo e poi ho aperto un mio piccolo studio. Nel frattempo a San Francisco ci si conosceva un po' tutti tra i giovani italiani emigrati che, come me, facevamo delle esperienze oltreoceano, così attraverso alcune mostre o incontri e feste, tramite giri di amicizie in comune ho conosciuto Rudy VanderLans e Zuzana Licko. Quando ci siamo conosciuti Rudy non aveva ancora fondato la rivista *Emigre* o lo avrebbe fondato da lì a poco e allora lavorava come illustratore presso il quotidiano *San Francisco Chronicle* o l'*Examiner*, in uno dei due quotidiani della città. Il suo desiderio era quello di fare una rivista, appunto *Emigre*, che raccontasse le esperienze dei creativi emigrati. Con Zuzana Licko cercavano di mettere insieme questa periodico con dei contenuti locali relativi al quartiere crocevia di creativi e figure internazionali. Quindi aveva coinvolto all'inizio anche noi italiani, oltre me anche Stefano Massei un mio amico fotografo che vive a San Francisco, affidandoci delle pagine ci aveva offerto un'opportunità, in un'edizione – non ricordo quale – mi avevano affidato quattro pagine che io ho progettato con uno stile un po' particolare. A questi tempi guardavo o mi ispiravo alla grafica di un designer di San Francisco che aveva, a parere mio, uno stile molto particolare: Tom Bonauro. Lui lavorava con un gusto molto californiano, ma introduceva elementi di immagini antiche, incisioni e sovrapposizioni. Insomma, sono finito in *Emigre* per questo motivo, mi trovavo lì nel momento giusto, non perché fossi famoso.

P. Quanto è durata la sua esperienza californiana? Dopo quanto tempo è tornato in Italia?

B. Sono tornato in Italia nel 1988 e sono ripartito da zero, aprendo uno studio per conto mio. Ho comprato il primo computer dalla Apple Milano, un computer di quelli dimostrativi che è costato 10 milioni circa, infatti l'ho pagato a rate. Non ricordo bene la versione, comunque uno dei primi un po' più evoluti. Ho iniziato a pasticciare con il computer, già allora avevo una specie di rifiuto, ho sempre lavorato in maniera manuale e intuitiva e quindi non mi sono mai dedicato ad approfondire i programmi e a leggere i manuali per imparare, è sempre stato un approccio un po' da autodidatta. Più in là, ho lavorato a Milano per un paio di anni presso lo studio di Matteo Thun e successivamente con Michele De Lucchi. L'esperienza milanese mi ha permesso di conoscere tante persone nel mondo del design con il quale ho continuato ad avere un rapporto anche a livello lavorativo, di recente con Nicolas Bewick, l'attuale braccio destro di De Lucchi.
Inizialmente quindo tornato in Italia dopo un po' di tempo ho aperto un grande studio a Conegliano, esperienza in cui sono partito molto fiducioso, a tal punto da voler formare un gruppo di persone che avessero questa sensibilità e qualità carpita nella mia esperienza statunitense. Purtroppo mi sono dovuto scontrare con la realtà locale che non era all'altezza. Quindi un po' per fortuna e un po' per il passaparola, ma soprattutto grazie ai padiglioni delle scuole inglesi in Italia durante il Salone del Mobile sono riuscito a reclutare persone straniere capaci di progettare con una visione all'avanguardia del graphic design, e soprattutto sapevano usare il computer, qualcosa che in Italia non c'era ancora. Molti venivano dal Royal College di Londra o dalla London School of Printing dove si imparava a progettare attraverso un percorso pratico grazie alla presenza di laboratori, quindi frequentando un ciclo accademico completo avevano la possibilità di imparare prima i rudimenti della stampa tipografica, poi la serigrafia e così via.
Alcuni dei ragazzi che hanno lavorato per me poi sono tornati nel loro paese d'origine e hanno aperto il loro studio di successo, la maggior parte erano giovani molto attratti dall'idea di venire a vivere in Italia, per me sono stati molto utili. Questo per dirti che per un lungo periodo ho avuto lo studio Barazzuol Design, annoverando tra i clienti più importanti l'azienda Aprilia Moto per cui lavoravamo già con il computer. Ricordo che in studio c'era un ragazzo in grado di lavorare bene con Photoshop e così applicavamo alle immagini grafica di post produzione che a quei tempi era così poco diffusa, perché erano necessari diversi passaggi. Ci vollero alcuni anni prima dell'arrivo di programmi capaci di lavorare sull'immagine senza ulteriori passaggi in strutture esterne.
Un altro programma usato molto era QuarkXpress per l'impaginazione e FreeHand per le immagini vettoriali, inoltre in studio c'erano due ragazze che mi occupavano di realizzare il tridimensionale, render soprattutto nel periodo in cui ho seguito come consulente esterno i progetti di Benetton Home, progetto poco conosciuto che non ha avuto un'adeguata diffusione forse perché il mercato italiano non era ancora pronto. L'azienda Benetton come molte altre negli anni Novanta aveva un ufficio di *licensing* (di licenza) e nell'ultimo decennio dello scorso millennio aveva rilasciato il suo marchio a diverse aziende per realizzare linee brandizzate in diversi settori, come quello dell'occhialeria. Inizialmente aveva ricevuto diverse proposte da settori un po' più pratici come quello della cartoleria e della scuola – il *Back to school* in collaborazione con la Panini – e poi si è aperta a diversi progetti, tra i tanti la possibilità di produrre una serie per la casa realizzata in collaborazione con Rosenthal per la ceramica. Si è prodotta così la collezione di ceramiche definita 'table top', comprensiva di: piatti; bicchieri; tovagliolini di carta; bastoncini; inoltre sempre per il progetto Benetton Home avevo realizzato un progetto di stand per la fiera a Francoforte e anche uno con l'azienda di ceramiche di Sassuolo, Marazzi Ceramiche. È stato interessante per me lavorare in tridimensionale, si lavorava a 360 gradi sul progetto.
Successivamente ho conosciuto Artemio Croatto e nel 2001-2002 abbiamo fondato uno studio assieme sodalizio durato 10 anni.
Dopo questa esperienza ho dato vita a un altro studio con Cristian Malisan, lui si occupava di design e a me interessava quel mondo, dopodiché non abbiamo avuto commissioni di industrial design e di conseguenza ho continuato a fare il lavoro di graphic design sempre però molto legato al mondo dell'arredo, quindi mi occupo principalmente di cataloghi. Oramai è da tre anni che lavoro da solo con collaboratori esterni e mi occupo della comunicazione sempre nello stesso settore.

P. Il computer ha cambiato per prima cosa il rapporto tra il progettista e la tipografia, laddove prima la composizione tipografica era delegata a un'altra persona, successivamente la relazione cambia e si accorciano le distanze. Lei che tipo di rapporto ha avuto con i primi caratteri tipografici? Le interessava il linguaggio tipografico o ne preferiva altri?

B. Con la diffusione dei software e il suo conseguente utilizzo, il computer ci ha dato la possibilità di esprimere la progettazione in maniera più dettagliata, nel senso, aldilà dell'uso del carattere, parlo anche del lavoro di controllo sui diversi aspetti tipografici, come la spaziatura. Ovviamente per quanto riguarda i caratteri digitali c'erano dei trend, per esempio a San Francisco andava di moda il Palatino. Ci sono stati dei trend ancora adesso inspiegabili, ricordo che usavamo spesso caratteri dall'occhio molto stretto. Infatti quando ho realizzato il marchio Gap, una grande azienda di abbigliamento americana, avevo progettato un quadrato blu con tre A. Non era una vera e propria commissione, l'avevo fatto così per piacere, ma poi i responsabili della comunicazione l'hanno utilizzato facendolo diventare il marchio ufficiale dell'azienda. Tant'è vero che si chiamava The Gap e non Gap, lo slogan era "we make the difference, we make the gap" e io da italiano ignorante e grafico che volevo rendere tutto più semplice, ho fatto quel quadrato blu usando i caratteri che andavano

di moda stretti e spaziati. Quando vivevo a San Francisco c'erano tre principali brand di abbigliamento: Levis, Esprit e Gap. Dopo aver lavorato un periodo da Esprit, sono andato alla Gap dove sono rimasti molto colpiti dal mio precedente lavoro, l'azienda Esprit era un caso all'avanguardia dal punto di vista della comunicazione a cui tutti i competitor guardavano. Di fatto l'azienda Gap era rimasta molto indietro dal punto di vista dell'immagine. Successivamente il loro direttore artistico, arrivato anche lui dall'esperienza Esprit – di cui non ricordo il nome –, ha iniziato ad utilizzare il mio marchio per una famosa pubblicità intitolata *Individuals of Style* (1989), realizzata insieme alla fotografa Annie Leibovitz in cui sono stati ritratti attori famosi, rigorosamente in bianco e nero e in basso con a sinistra il marchio della campagna.

P. Dalla sua risposta precedente si deduce che è stato poco influenzato da quello che è accaduto nell'ambito della tipografia digitale, avvalendosi maggiormente di un approccio manuale e artigianale e meno legato al computer. Me lo conferma?

B. Sì, questo è vero. Però con l'uso del computer ho iniziato a capire l'importanza e il gusto di lavorare sulla tipografia. Per esempio, anche nella composizione di un biglietto da visita, durante gli anni in cui si lavorava con caratteri piccoli e spaziature ampie, il computer mi ha permesso di restituire un senso di raffinatezza attraverso l'impiego di piccoli aggiustamenti tipografici che senza il digitale sarebbero stati difficili. La cura dei dettagli è arrivata grazie all'utilizzo dei programmi che man mano sono andati migliorandosi, quindi da FreeHand sono passato a Illustrator.

P. Quanto l'avvento del computer ha mutato la sua metodologia progettuale?

B. Dal punto di vista del metodo progettuale ho sempre usato quello di lavorare prima con dei bozzetti, degli schizzi o 'thumbnail' – come li chiamano gli americani –, ovvero quelle piccole impaginazioni, anteprime o storyboard fatti a mano. Il termine 'thumbnail' deriva dal pollice, perché hanno più o meno la stessa grandezza. Ho imparato tutte queste terminologie negli Stati Uniti, non le conoscevo, ma tutti le usavano e quindi era interessante scoprire questo linguaggio tecnico per definire certe processi o oggetti che in Italia non esistevano. Era uno slang, dei modi di dire legati alla professione. Per esempio quando si fa una colonna di testo e si forma un rivolo, questa situazione veniva chiamata 'river', ovviamente bisognava evitarlo.

07. Ci sono dei progetti realizzati da lei che ritiene possono raccontare bene l'avvento del digitale nella progettazione grafica in Italia?

B. Per il progetto dell'Aprilia Moto abbiamo usato il computer, ma non per enfatizzare certe caratteristiche, bensì perché alla fine il prodotto finito era uno di graphic design. Mentre chi si è spinto a fare illustrazione, soprattutto all'inizio, ha usato il computer per enfatizzare questo aspetto digitale. Diciamo che col computer abbiamo iniziato a realizzare progetti che avevano una certa complessità impossibili da soddisfare prima le tecnologie precedenti, soprattutto associandoli a Photoshop, programma che ha sicuramente allargato moltissimo le possibilità di intervenire sui progetti e sulle immagini, oppure ai programmi di impaginazione di grafica vettoriali. Per esempio, per il lavoro dell'Aprilia dovendo fare dei leaflet per dei prodotti di lancio con dei ritmi molto sostenuti, in studio c'erano due o tre persone che grazie al computer si sono occupati soltanto di questo, dando la possibilità agli altri componenti di dedicarsi ad altri progetti. Ad esempio quando è uscito lo scooter *Scarabeo*, un prodotto di grande successo, si doveva fare un leaflet molto pensato, in grado di soddisfare le aspettative di un marchio di grande successo. Pertanto, questo artefatto veniva considerato estremamente importante per le vendite. Erano queste tre paginette che condensavano il tutto, una copertina molto pubblicitaria realizzata con Photoshop, abbinato alla grafica, per fare degli effetti che soddisfacevano quest'onda che richiedeva questo tipo di comunicazione.

P. Secondo lei, come ha reagito il panorama italiano rispetto all'avvento del digitale? Quando è rientrato in Italia che tipo di situazione ha trovato?

B. Per prima cosa non ho mai fatto parte dell'Aiap, non ero dentro né sono mai stato coinvolto, ho sempre lavorato indipendentemente senza fare parte di un gruppo. Successivamente, organizzando diverse iniziative promozionali e qualche mostra soprattutto nel periodo di collaborazione con Artemio Croatto, ci siamo imbattuti in altri progettisti della nostra area geografica come lo Studio Tapiro, Giorgio Camuffo e Paolo Tassinari, realtà più afferenti a studi locali che non ad agenzie, con il merito di aver iniziato a portare la realtà degli studi di graphic design all'interno del territorio del Triveneto. Una specificità dello scenario italiano che ancora oggi viene confusa. Quindi tornando dagli Stati Uniti avevo la consapevolezza del valore, dell'importanza e della personalità del graphic designer che in Italia non ho riscontrato in quegli anni. In Italia bisognerebbe partire dalla terminologia, si parla di grafico, ma in realtà bisognerebbe tradurre la parola graphic design diversamente, perché la parola grafico è troppo generica e ancora oggi viene confusa con chi lavora nella tipografia o con chi fa il pubblicitario. Anche nei moduli burocratici per descrivere la nostra professione la parola più riconosciuta è il grafico pubblicitario, secondo me, non si è mai affermata l'identità del grafico. Negli anni Ottanta, quando sono ritornato, ricordo che a Roma c'era uno studio che lavorava per la Rai, lo studio Convertino, ecco, penso sia stato uno di quelli che ha esplorato per primo la videografica attraverso il computer e lo si guardava come uno sperimentatore, che portava il digitale e l'espressione grafica aldilà della tipografia. Si parla quindi anche di un certo uso di colori e di effetti, trasparenze e movimento, ma aveva un approccio progettuale legato all'uso del computer nella grafica. Secondo me, io e i grafici con cui ho avuto a che fare usavamo il computer in modo limitato, mi spiedo meglio: avevamo un approccio analogico/manuale e il computer lo usavamo per velocizzare i lavori di impaginazione, tutto ciò che era editoria oppure la realizzazione dei marchi. Ma effettivamente il computer non ha influenzato il nosrto stile o il nostro linguaggio progettuale. Invece il lavoro di Convertino era intriso dell'influenza del computer, azzardo a dire che come la Greiman era un visionario.

09. Secondo lei, perché c'è stato poco dibattito sugli anni Ottanta e Novanta nell'ambito del progetto grafico italiano?

C'era un numero della rivista *Print*, dove vengo menzionato insieme ad altri grafici, interamente curato da Paola Antonelli per cui mi era stata fatta un'intervista telefonica. Il titolo del numero dedicato all'Italia è *The Italian Issue* è un numero pubblicato proprio della fine degli anni Ottanta, dedicato alla grafica italiana. Ricordo che erano stati anche menzionati Camuffo e lo studio Giacometti, in quest'ultimo avevamo lavorato entrambi. Inizialmente era proprio Giacometti che seguiva aziende come Aprilia e Benetton. Di fatto è stato uno dei primi studi grafici a Treviso tra i più importanti in Italia che si occupava di immagine coordinata per le aziende di un certo livello. Poi a Milano c'era lo studio Cerri, con cui abbiamo avuto un incontro per fare un lavoro di ridefinizione dell'immagine coordinata interna della Fiat. Quindi questo numero di *Print* non accoglie un vero e proprio dibattito, ma fa una panoramica sui lavori e i protagonisti di quegli anni.
Io credo che in Italia non ci sia stato tanto dibattito, perché non c'è mai stato un vero riconoscimento del settore o un'organizzazione che lo tuteli, seppure ci sia l'Aiap, ma poi tutti lavoriamo un po' nel nostro cortiletto.
Devo aggiungere che anche le scuole italiane di grafica non erano molto avanti rispetto al panorama inglese o internazionale ed erano del tutto assenti alle fiere a cui facevo visita ogni anno per reclutare i giovani progettisti. Durante queste fiere ogni scuola aveva uno stand con i portfolio stampati degli studenti, si prendeva visione dei lavori, si chiedeva un colloquio e poi si poteva proporre un'offerta di lavoro in Italia. Questo tipo di attività era sicuramente molto importante e se ne riconoscevano i meriti.
Le realtà anglosassoni sia dell'Inghilterra sia degli Stati Uniti avevano una diversa opinione della nostra professione, le grandi aziende si dotavano di medi o grandi studi di comunicazione affiché seguissero le loro immagini a un livello competitivo, invece in Italia il rapporto tra industria e progetto grafico era sporadico e frammentato. Ci sono stati dei grandi, seppure pochi, ma prevalentemente concentrati a Milano, come lo studio Boggeri da cui è nato Alberto Carboni e poi i grandi grafici collegati ad Olivetti come Michele Provinciali e Giovanni Pintori. Massimo Vignelli si è spostato negli Stati Uniti per lavorare.

10. Quali differenze ha riscontrato tra la committenza italiana e quella americana negli anni Ottanta e Novanta? Un aspetto che è emerso in altre interviste è quello di una grossa differenziazione tra la committenza legata alle aziende e quella legata alla cultura. La prima tendeva ad essere meno sperimentale, invece la seconda è risultata più aperta alla sperimentazione con il computer. Secondo la sua esperienza, che tipo di approccio ha notato nelle aziende italiane rispetto al progetto grafico digitale?

Ho lavorato soprattutto con aziende che si occupavano di prodotto nel settore del mobile e quindi diciamo che la comunicazione nelle aziende italiane era importante, ma si innescavano meccanismi molto da ambiente familiare. Nonostante ci fossero aziende importanti, non sempre avevano un brief o un approccio ragionato e quindi come art director o progettista si doveva inventare sempre qualcosa. Questo non è accaduto nell'espe-

rienza avuta con Aprilia, perché si trattava di un'azienda di un alto livello con uno sguardo all'avanguardia. L'azienda possedeva il dipartimento di marketing all'interno e questo team ci portava dei brief sulla quale mi basavo, però in molte altre aziende non esistevano i brief.
Sicuramente quelle di livello più alto avevano diversi consulenti e quindi anche i lavori avevano un risultato superiore e competitivo una volta immesso il prodotto nel mercato.
Ho lavorato con aziende del mobile e del tessile che, gravitando attorno a Milano, avevano professionalità eccezionali, come fotografi o stylist. Dopodiché anche quando sono migrato qui a Udine – una piazza importante in Italia per quanto riguarda l'offerta vista l'esistenza di pochi studi, ma di alto livello –, ho avuto pochi clienti locali e molti milanesi.
Diciamo che il settore della cultura dava più possibilità di ricerca, data da un maggiore lavoro editoriale e quindi questo permetteva di sperimentare maggiormente proprio perché avevi la possibilità di approfondire un argomento. I cataloghi, progettati per le aziende, hanno un grande limite perché sono fatti di didascalie e di immagini, un lavoro più estetico. Poi devo dire che da un paio di anni, negli ultimi venti, il graphic design in Italia si è molto elevato qualitativamente anche grazie alla rete, quindi all'accessibilità di informazioni su quest'ambito e all'interesse da parte dei giovani per la grafica e per la tipografia. Quindi si investe di più nell'editoria che nei prodotti particolari, magari si punta su aziende con una storia più lunga. Tuttavia, sì, immagino che la Biennale o le istituzioni culturali abbiano permesso di sviluppare progetti più sperimentali – per quanto sperimentazione sia una parola , rispetto all'azienda.
Secondo me, la committenza ha un peso nello sviluppo e nell'accettazione di certi linguaggi nella comunicazione culturale, invece nel prodotto è più difficile dato che deve essere sempre pertinente al livello commerciale di quell'azienda. Fare troppo potrebbe anche essere un danno per un'azienda, adottare per la comunicazione di un prodotto un linguaggio così ricercato e colto non sempre corrisponde alle qualità o al target del prodotto. Magari un bel lavoro di ricerca potrebbe essere sbagliato per quel tipo di progettazione aziendale, disorientando il cliente e il consumatore che non hanno gli strumenti culturali per capire.

11. Ritorno un attimo alle questioni legate alla scena statunitense della Pacif Wave. Secondo lei, è stato utile portare nel 1987 una mostra a Venezia su quel movimento per diffondere istanze visive contemporanee?

Penso sia stata una mostra di grande successo almeno nel mondo dei grafici italiani, era la prima mostra sulla grafica straniera contemporanea in Italia, forse neanche alla Triennale si facevano questo tipo di mostre.
È stato Giorgio a essere lungimirante e a intravedere uno spazio fertile di comunicazione con un ente come quello di Palazzo Fortuny, dove conosceva il direttore e ha potuto avviare una proficua collaborazione. Giorgio, un po' per la sua curiosità, per il suo carattere e il suo stile legato un po' quel tipo di linguaggio, un po' alla Paul Rand, composto di campiture, colore, rigore, ma allo stesso tempo un po' di gioco, elementi molto usati in quel momento utilizzati in California, ha sentito la necessità di portare tutto ciò in Italia. Il design californiano era caratterizzato dal collage, dalla contaminazione e dalla mescolanza dei linguaggi che si incominciava sperimentare con il computer, ad esempio, realizzare la sovrapposizione era molto più semplice prodotta digitalmente. Un altro tema interessante introdotto dal computer è l'illustrazione vettoriale e la compresenza di questi elementi nelle composizioni, soprattutto nei poster che prevedono la pregettazione in uno spazio limitato. Penso che appunto la mostra al Fortuny abbia influenzato parecchio o abbia anche attratto e spinto gli italiani a guardarsi attorno ed esplorare cosa c'era là fuori.

12. La grafica italiana degli anni Ottanta viene associata soprattutto alla grafica di Pubblica Utilità e ai progettisti che lavorano per la pubblica amministrazione, tra i tanti lo studio Dolcini a Pesaro, lo studio Graffiti a Firenze e lo studio Tapiro a Venezia. A parte queste realtà che hanno sviluppato linguaggi specifici e differenti da quelli introdotti dal computer, secondo lei, si può parlare di una New Wave italiana coesiste con questo fenomeno?

Penso che ci sia stata una New Wave legata ai nuovi studi nati verso la fine degli anni Ottanta, dai quali poi sono nati personaggi come Leonardo Sonnoli. Sono studi che, a mio avviso, hanno fatto tesoro dell'insegnamento dei grandi, ma molto probabilmente spinti dall'idea che lo scenario grafico italiano si stesse riscattando, hanno dato vita ad altro.
Pensandoci meglio forse è difficile parlare di New Wave, perché la nascita dei nuovi studi era abbastanza sporadica nel territorio, ma sicuramente hanno fatto un bellissimo lavoro e indubbiamente hanno fatto da scuola. Mi vengono in mente Ferruccio Montanari, Francesco Messina, lo stesso Artemio e Diego Birelli, seppur più anziano, aveva un'esperienza con Bob Noorda e Massimo Vignelli.

Non so quanto utile ti sono stato, perché le mie esperienze progettuali sono state influenzate molto poco dal computer. Gli anni Ottanta sono stati un periodo particolare che non brillano di produzioni eccezionali, forse erroneamente mi viene da associarlo al kitsch o al mondo del fashion design, che ha maggiormente connotato e raccontato la cultura di quegli anni.

Ottorino Baseggio

commerciale Apple Italia negli anni Novanta
▶ via telefono
13.03.2020

P. Nello specifico di cosa si è occupato nei primi anni Ottanta?

B. Ti racconto la mia storia per grandi linee soprattutto dai ricordi legati a delle specifiche date. Per prima cosa non mi occupavo di informatica, ma di tutt'altro e non serve che ti dica in quale settore lavoravo. Ma ricordo benissimo quando ho avuto una folgorazione per il personal computer e per l'ambito dell'informatica, precisamente nel 1986, quando alla fiera SMAU di quell'anno l'azienda Apple decide di presentare i software di desktop publishing (DTP). In quel preciso istante ho capito che quella poteva essere la mia strada e ho voltato pagina.

P. Cos'è successo dopo il 1986?

B. Ho deciso di fondare l'anno successivo la rivista *Italia Publishers*, il primo periodico bimestrale che si occupava di DTP. Questa esperienza editoriale la considero anche come la prima occasione per i creativi di fare comunità.

P. Cosa mi può raccontare sulle vicende della succursale italiana dell'azienda Apple?

B. Inizialmente Apple Italia aveva la sede a Reggio Emilia, perché l'azienda statunitense aveva acquisito la IRET Informatica – non ricordo bene in quale anno – il primo distributore e rivenditore nazionale autorizzato dalla casa madre. Successivamente, con l'istituzione di Apple Italia, la sede era diventata itinerante, se non erro fino al 1992 gli uffici erano situati a Peschiera Borromeo e l'anno successivo venivano trasferiti prima a Cologno Monzese e poi a Milano Mirafiori. Ricordo che quando concessero alla IRET la distribuzione del modello Macintosh, decisero di utilizzare per la vendita sul territorio nazionale lo slogan "Scopri in trenta minuti un nuovo modo di lavorare".
In ogni modo ciò che volevo dirti è che tra il 1988 e il 1990 Apple Italia aveva costituito un gruppo di persone interamente dedicate alla consulenza per il settore grafico, tra questi ci sono anch'io.
Ho iniziato a lavorare per Apple Italia come freelance nel 1987 e per tre anni sono tra i tre/quattro consulenti aziendali che si occupava esclusivamente delle attività di divulgazione del DTP. Ho avviato così una serie di corsi e incontri dove partecipavano decine e decine di persone, c'era molta frenesia allora, ogni settimana eravamo impegnati in qualche evento da seguire.
Parallelamente dal 1990 al 1994 ho assunto il ruolo di business development e marketing in MODO, una società nata dalla IRET Informatica, e in questo periodo sono entrato in contatto con il mondo creativo italiano, soprattutto i progettisti grafici dell'area settentrionale del mercato italiano. Soprattutto perché come azienda siamo stati i primi a importare in Italia i programmi delle aziende Adobe e Aldus, le due *software house* che con Apple avevano dato vita al fenomeno del DTP. Se ricordo bene è proprio in questo periodo che ho conosciuto Alessandro Jumbo Manfredini.
Poi a partire dal 1993 mi hanno assunto come Creative Market Manager all'interno di Apple Italia e da qui ho incominciato a gestire la maggior parte delle relazioni con i progettisti grafici, gli illustratori, i fotografi, i videomaker e i musicisti, perché gestivo lo sviluppo dei canali per i mercati professionali.
Ho lavorato per quasi 15 anni per Apple Italia, seguendone, da un punto di osservazione privilegiato, lo sviluppo e la distribuzione dei principali servizi e prodotti.

P. Dalla testimonianza di Alessandro Jumbo Manfredini risulta che è stato coinvolto nella fornitura dell'apparecchiatura digitale per la mostra *20x20 "Climax" vs Apple*, tenuta a Rimini nel 1997 durante la manifestazione *NightWave*. Cosa mi può raccontare di quell'evento?

B. Sinceramente mi ricordo molto poco, se non che la sponsorizzazione che come azienda Apple Italia avevamo dato all'iniziativa. Mi spiace. Però ricordo anche di un altro episodio in cui Jumbo mi aveva coinvolto, credo che fosse nell'organizzazione di una possibile mostra a Modena sulla grafica italiana contemporanea degli anni Novanta che poi non è stata più portata a termine per ragioni economiche. Come azienda il nostro obiettivo era quello di raggiungere un ampio pubblico e non solo i professionisti.
Ho persino dato la possibilità a Jumbo di tenere lezioni sulla stampa durante la fiera quadriennale Grafitalia, che coadiuvavo e che si occupa tuttora della sviluppi tecnologici aggiornati nel campo delle arti grafiche.

Matteo Bologna

progettista grafico
▶ via Skype
14.04.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

B. Ho frequentato il liceo artistico facendo anche l'anno integrativo facoltativo, terminato il percorso di studi delle superiori mi sono iscritto al corso di laurea in Architettura, però mi sono distratto dall'iter universitario perché mi è stato commissionato da amici di mia madre illustrazioni per la rivista *Fashion*. Quindi già da questo aneddoto ho capito che in Italia se ne fregavano della qualità della comunicazione visiva, dando più peso al passaparola soprattutto nel caso in cui eri 'amico di amici', forse perché allora non esisteva il web quindi trovare risorse nuove era più complicato e il passaparola di qualsiasi genere risultava più facile. Ho fatto illustrazioni per questa rivista per diverso tempo e da questa esperienza ho iniziato a lavorare per altre riviste, di conseguenza la mia carriera da studente di architettura è scemata, perché guadagnavo soldi facendo l'illustratore. Tra le tante riviste per cui ho lavorato in quegli anni c'erano anche Class, altre di cui non ricordo il nome e a un certo punto anche il periodico *Esquire Italia*.
Nel frattempo ho iniziato a interessarmi della grafica, così mi sono recato nella libreria vicino casa specializzata in libri internazionali dove ho scoperto il mondi degli *Annuals americani*. Queste pubblicazioni mi ispiravano moltissimo, grazie a loro ho scoperto delle cose bellissime, ma la folgorazione l'ho avuta con il *Type Directors Club* perché offriva cose più belle, con poco spazio alla comunicazione pubblicità e molto più graphic design. Qui ho conosciuto i lavori di Paula Scher, di Charles Spencer Anderson e tutti i designers statunitensi degli anni Novanta che mi ispiravano. Questa è stata la mia vera formazione, copiando ciò che vedevo là dentro.
Nel frattempo ho continuato a fare l'illustratore, ma dato che ero ancora un ragazzino, consegnavo le mie illustrazioni in bicicletta e a volte nelle redazione, dato che erano in ritardo con gli esecutivi, mi chiedevano di aiutarli ad attaccare dei pezzi di carta in queste cartoncini chiamati menabò. Non erano dei veri e propri esecutivi, ma si trattava di attaccare le righe di testo già formattate con la font e la dimensione giusta nella griglia di carta. Si attaccava il tutto con la colla riposizionabile e se c'era troppo testo piegavi la carta in modo tale che i foto-compositori sapevano cosa dovevano togliere, ossia quelle tre o quattro righe coperte dalla carta, un lavoro ridicolo il mio.
Poi ho iniziato a fare un po' di lettering, commissionandomi del testo per una *spread*, una doppia pagina pubblicitaria dove c'era scritto Caffè composto in Bodoni, che l'art director riproduceva malamente a mano dopodiché mi chiedeva di riprodurlo io e mi aiutavo guardando il catalogo delle font, ricopiando una lettera alla volta con la matita, con il curvilinee, l'inchiostro e il rapidograph.

Successivamente con l'inchiostro e pennello si riempivano i bordi, ma non ero così preciso, quindi mi ricordo che questo bozzetto aveva ditate e montagne di bianchetto, buchi fatti con la lametta che usavo per correggere le curve, insomma un vero disastro che dopo doveva essere fotografate per essere ritoccato dal fotolitista. Tutto questo lavoro manuale mi piaceva anche se mi sembrava demenziale che all'inizio degli anni Novanta qualcuno dovesse fare queste cose a mano visto che c'erano già da qualche anno i computer in circolazione. Mi piaceva la grafica, ma mi sembrava assurdo per comporre i testi dovessi chiamare qualcuno o mandargli un fax per richiedere quella determinata font, nella dimensione scelta. Operazione che tra l'altro costava circa 30 euro per un pezzo di carta con delle parole. Perché mi sembrava assurdo che questo fosse ancora in voga, così ho iniziato ad informarmi se fosse possibile acquistare il computer, guadagnavo bene dalle illustrazioni e lavoravo/vivevo in casa di mia madre senza pagare l'affitto, quindi avevo *disponible income*, cioè soldi da parte che potevo usare per l'acquisto di attrezzature. A quei tempi c'erano i *Paintbox* della Quantel, delle workstation gigantesche che usavano gli studi di fotoritocco e di videomontaggio, una specie di stanza con dei monitor quelli grandi di circa ventuno pollici e delle tavolette con le penne, sembrava di essere su Star Trek, macchine che tra l'altro costavano milioni di lire. Il *Paintbox* era la più famosa tra le *workstation* dedicate a quel tipo di operazioni, che adesso compi con un applicazione sul telefono. Parallelamente mi stavo informando sul significato di computer graphic, frequentando pure qualche fiera di settore, purtroppo solitamente si mi proponeva macchine digitali per Cad o 3D, finché a un certo punto il mio vicino di casa ha iniziato a lavorare come rivenditore per la Apple Computer e mi ha proposto di comprarne uno. Ricordo di avere sottoscritto un contratto di leasing, pagando l'equivalente di 700 euro al mese per tre anni per avere un computer che comunque mi ha dato la possibilità di essere un graphic designer e poter stampare i miei lavoro. Avevo acquistato anche una stampante *LaserWriter* per cui potevo stampare in bianco e nero e così quelli della redazione per cui lavoravo mi hanno affidato ulteriori lavori, perché oltre ad avere il computer potevi concretamente produrre degli output di grafica. Il primo programma che ho usato per realizzare grafica vettoriale è stato FreeHand della casa software Aldus, il precursore di Illustrator, ma non sapevo ancora bene come usarlo e soprattutto il grosso problema era come passare alla redazione il file digitale, visto che non sapevano cosa farsene di un floppy. Inoltre un ulteriore problematica era legata ai fotolitisti ai quali si rivolgevano che non potevano leggere *Macintosh* e così spesso mi sono ritrovato a fotografare lo schermo. E cosa è successo? Sono stati capaci di pubblicare l'immagine sviluppata dalla diapositiva dello schermo fotografato, reputando questa operazione qualcosa di geniale perché era computergrafica. Quindi inizialmente il mio lavoro è stato quello di spingere gente a usare il computer *Macintosh,* certi programmi e acquistare i dischetti come supporto di archiviazione e trasmissione dei lavori, quindi di spingere a digitalizzare tutto il processo di produzione della grafica visto che il *Macintosh* stava già adottando da tempi il mondo del desktop publishing.
Ricordo le prime disavventure da inesperto del computer, come quella volta dei disegni per l'agenda dell'azienda Piaggio che avevo realizzato sempre con FreeHand che all'epoca produceva file singoli, senza la possibilità di avere l'opzione multipagina, così ho sviluppato 360 file che dovevo copiare in 15 dischetti. Quando ho copiato tutti i file finali, cosa ho fatto? Gli esecutivi da dare al fotolitista, invece di metterli in un dischetto li ho messi direttamente nel cestino e ho cliccato 'svuota cestino' e così, inesperto ho perso tre mesi di lavoro. Queste erano le disavventure nel provare strumenti nuovi, finché mi hanno dotato per un lavoro del programma di impaginazione QuarkXpress che avevo usato per la prima volta per progettare la brochure promozionale per la Apple. Mi avevano chiamato non perché fossi bravo, ma perché ero amico di amici e avevo il computer Apple e mi intendevo di grafica. L'aspetto più interessante era quello di poter usare ITC Garamond, la font che utilizzava la Apple, e avendomi dato il manuale d'uso, cioè la *style guide* di Apple per la grafica, mi era stato concesso di utilizzare la font che era già condensata. L'aspetto pazzesco sta nel fatto che nella style guide era legale strecciare il carattere del 75% ed era la roba più figa del mondo. Naturalmente io l'ho spinta tutta al 70% e vedrai quando sfogli la brochure tutti gli errori tipografici di cui ero assolutamente ignaro e mi ricordo ancora di quella volta in cui un famoso graphic designer l'ha guardato e mi ha detto che avevo usato i *single quote mark*, gli apici e non gli apostrofi, insomma le virgolette sbagliate, ma ero super fiero del mio lavoro con questo testo dalla font gigante condensata della Apple. Naturalmente dopo un mese dalla stampa e dalla distribuzione in fiera di questa brochure, mi ha chiamato il cliente chiedendomi di mandare in stampa altre 500

copie, specificandomi che quella volta sarebbe stato meglio se la pagina quattro fosse dopo pagina cinque perché prima abbiamo mandato in stampa la sequenza sbagliata. Questo piccolo aneddoto per dirti ancora una volta che certa committenza era pessima, gli bastava avere l'artefatto stampato, quindi ti fa capire il panorama italiano di quegli anni e anche cos'era la Apple Italia al tempo. Era una brochure promozionale per ampliare l'uso del *Macintosh* nell'ambito del progetto architettonico nello scenario italiano.

P. Qual è stato il primo modello di computer Apple che ha acquistato?

B. Era un Macintosh 2X con 4 megabyte di ram, tredici pollici e la stampante Stylewriter 2 tutto progettato da Frog Design.

P. Come è cambiato il suo modo di progettare con l'avvento del computer?

B. Ti racconto l'inizio di questa storia sempre con un altro aneddoto, quando lavoravo per la rivista *Class* Norberto Stripparo era un illustratore, un mio concorrente con 8/9 anni più di me. Lui faceva illustrazioni da tempo era bravissimo, usava aerografo, un vero professionista, io facevo schifo. Illustrava con persino utilizzando il computer dell'Atari e a un certo punto l'avevo coinvolto nella mia ricerca iniziale di acquisto del computer, a tal punto da pensare di comprare un computer assieme e pagarlo a metà, in modo tale da alleggerire la spesa e permetterci di usarlo la mattina lui e il pomeriggio io e viceversa. Ma per fortuna non l'abbiamo fatto. Lui era pazzesco capiva come usare i nuovi programmi, era bravissimo, tutte quelle illustrazioni che vedi nei suoi disegni (il biglietto da visita che ti ho inviato via mail) sono stati fatti con Illustrator e ai tempi non era così facile realizzare questo tipo di elaborato, dovevi essere davvero bravo. Avevamo trovato addirittura la prima copia del programma Photoshop senza livelli e mi ha insegnato ad utilizzarlo, i primi programmi che utilizzavano le curve di Bezier permettendoti di non avere più contorni scalettati, una rivelazione totale. Per me è stato un mondo molto eccitante da scoprire e che ha spinto la vecchia guardia della grafica, cioè gli art director delle riviste, a utilizzare queste nuovi strumenti, noi abbiamo fatto molto fatica a convertire la produzione dagli uffici interni alla fase di produzione finale, molti fotolitisti si rifiutavano di passare a sistemi operativi compatibili con quelli di Apple. Poi poco dopo programmi come QuarkXpress sono diventati il *mainstream*, lo standard per chi si occupava di editoria, ma ci è voluti davvero tanto tempo per la transizione completa.
Sulla reticenza di alcuni fotolitisti ti racconto questa storia: ho pure lavorato in uno studio che si occupava di packaging con la Nivea, azienda tedesca con la sede in Germania come committente, per cui ho realizzato i rendering del packaging con Illustrator. Ho dovuto prestare attenzione a non utilizzare delle sfumature di colori con troppi passaggi, perché dopo gli strumenti del fololitista non riuscivano a reggere il peso e continuavano a restituirmi l'avviso 'errore PostScript'. Così con quei bei rendering non potevano essere stampati sulla pellicola e cosa ho fatto? Ho preso il computer con il monitor da ventotto pollici, l'ho riposto in una scatola e sono partito con alcuni computer per la Germania per fare le presentazioni del prodotto, pensa che avevano scelto me e lo studio per cui lavoravo in quel periodo, perché, secondo loro, la Lombardia era una delle regioni più tecnologicamente avanzate. Quindi ricordo che c'erano proprio dei problemi tecnici enormi, risolti dopo tanti anni, quando tutto era diventato mainstream, quindi attorno alla seconda metà degli anni Novanta.

4. Da quello che mi racconta devo dedurre che si è occupato di qualsiasi ambito del progetto grafico in Italia, dalla grafica editoriale al corporate image, è corretto?

B. Sì, ma facevo schifo, non avevo idea di cosa stessi facendo realmente, perché non avevo avuto dei grandi maestri, dei riferimenti da cui imparare. Ho sempre avuto il presentimento dell'esistenza di un buco nella grafica degli anni Ottanta, non c'era nessuno. Il panorama era composto da quelli usciti dalle scuole di AG Fronzoni o gli eredi della scuola di ULM, dai modernisti che oramai avevano perso la voce in capitolo, gli epigoni di Massimo Vignelli, ma non c'erano figure del graphic design che potessero essere dei modelli da seguire in Italia. Inoltre era molto retrograda dal punto di vista del business, non c'era una certa agilità nel modo di fare affari e di conseguenza la grafica ne ha sofferto. C'era dell'ottimo product design, poi per me era interessante il lavoro condotto da Italo Lupi e le riviste di architettura da lui progettate *Domus*, *Abitare* e anche *Casabella*. Poi c'era un altro grafico interessante, Pierluigi Cerri. Loro due erano di buon livello, il resto era tutto tipografia scadente, niente di veramente interessante anche perché usare nuove font e sperimentare cose nuove costava parecchio. Il panorama era triste per questo ho iniziato a guardare ciò che offrivano sia le riviste di settore estere sia gli *Annual* statunitensi.

P. Quali sono gli altri periodici di settore che ha preso come riferimento?

B. *Blue Print* una rivista inglese. In Italia c'era *Pagina* come pubblicazione, ma è precedente agli anni Novanta. I periodici italiani sono sempre stati molto accademici nella veste grafica, la grafica non è mai stata veramente una cosa viva e sperimentale, sempre tanti discorsi intellettuali sull'ambito, ma mai che si intendesse la grafica come un servizio per il business, è sempre stato un apparato al servizio della cultrua. Io odio parlare di grafica per cultura, va bene parlarne, ma fondamentalmente la grafica è un servizio per vendere le idee, non per parlarne, ma per venderle. Poi c'era anche *Eye Magazine*, ma dovevi veramente fare un investimento per comprare queste riviste, costavano molto e inoltre non parlavo nemmeno l'inglese, guardavo le immagini, ma era solo un puro piacere visivo, soprattutto la curiosità di scoprire quei mondi distanti dalla scena italiana. Tutto ciò che vedevo non poteva esistere nell'Italia di quel tempo, non avevano ragione di esistere, magari Giorgio Camuffo era uno dei pochi che riusciva a fare queste cose, ma erano veramente rari i progetti intelligenti e fatti con intelligenza e non violentati dal cliente.

P. Crede che la committenza italiana abbia rallentato la diffusione dell'utilizzo del computer nella graphic design?

B. Mi chiamavano architetto, ma non lo ero, ero un grafico, scambiavano i mestieri e le professioni. Spesso la grafica veniva rovinata dagli architetti, perché automaticamente diventavano graphic designer senza aver mai studiato il graphic design. Assolutamente, la committenza ha avuto le sue colpe.

P. Ci sono stati dei progettisti grafici stranieri che sentiva più affini al suo modo di progettare oppure traevi ispirazione da altre fonti?

B. Avevo due libri che per me erano la bibbia, naturalmente tutti gli *Annual* del *Type Directors club*, qualsiasi cosa riuscivo a mettere mani sopra. All'interno c'erano tutti i progettisti che stimavo da Paula Scher, Luis Steven, Charles Spencer Anderson o CSA Images, tutti i designer di Minneapolis con questo design postmoderno completamente diverso da ciò che si vedeva prima, molto ispirato al passato in chiave contemporanea. Il riutilizzo di questi immaginari vintage mi ispirava moltissimo. Se questi facevano parte della prima parte della mia bibbia, il secondo libro che ho praticamente distrutto a furia di sfogliarlo è stato la monografia di Neville Brody, un volume fantastico. È difficile per i graphic designer di adesso capire quanto un libro poteva cambiare il mondo della grafica con così tanto impatto. Adesso vai in un sito, vedi una cosa bellissima, come altre trecento persone, quindi viene copiata da tutte queste persone e l'originale perde il suo valore, perché tutti gli altri l'hanno assorbito. Ai tempi ci voleva tanto tempo, perché qualcosa venisse digerito, capito, usato, riprodotto, riproposto o rivisitato. Quel libro era senza dubbio un libro fondamentale.

P. Nel 1994 a Berlino si è svolta la rassegna *Fuse '94* sulla tipografia contemporanea organizzata da proprio da Neville Brody, ha preso parte a questa iniziativa vista la sua ammirazione per Brody?

B. No, ma ricordo che nel 1994-95 ero andato a un workshop organizzato da *ATpI Conference*, non parlavo nemmeno l'inglese e Brody era uno degli organizzatori. Ricordo quando l'ho conosciuto durante a una conferenza a Barcellona – ero lì come uditore sulla tipografia e allora vivevo già a New York – e l'ho incontrato nella hallway che mi salutava. Mi sono emozionato, perché non credevo che mi conoscesse. Poi sono emigrato negli Stati Uniti in conco-mitanza con l'avvento di Internet, sono scappato perché odiavo la grafica italiana, non c'era niente di interessante che mi ispirasse.
Invece progettisti come Sergio Menichelli e Massimo Pitis sono rimasti, hanno resistito e sono riusciti a ritagliarsi uno spazio nella grafica italiana contemporanea, anche grazie all'avvento di internet, perché è stato un fenomeno che ha modificato molto velocemente la grafica italiana.
Dal 1997-98 in poi la grafica italiana ha ripreso a essere più qualitativamente alta, sono aumentati gli standard della qualità perché aveva a che fare con lo scenario internazionale. Adesso ritengo che ci sono degli ottimi graphic designers che hanno riportato la decenza nel mondo della grafica italiana e alcuni anche all'eccellenza, però con la differenza che, secondo me, il mondo della committenza ancora non capisce l'importanza della professione dei grafici, non sono veramente apprezzati per il valore monetario che danno alle aziende per cui lavorano. Preferiscono farsi fare qualcosa da 'mio cugino' perché pago meno, lo ero anch'io in quegli anni quando ho incominciato e ho imparato a spese dei clienti, per fortuna oggi i 'cugini'

sono meglio di quelli di allora.

P. Visto il suo approccio da autodidatta al computer e alla strumentazione digitale, come consideri questa macchina, un mero strumento o qualcosa che fa parte del metodo del progetto stesso?

B. Dipende. Nella mia teoria iniziale il computer è stato uno strumento per eseguire, cioè un mezzo di esecuzione, un'idea sviluppata su carta puoi realizzarla col computer, col pennello, con la creta, insomma come vuoi. Ci sono dei progetti adesso e a quei tempi c'era *Emigre*, che senza il computer non esistono e non sarebbero esistiti. Ad esempio, il lavoro che realizzava Zuzana Licko e la sperimentazione che hanno portato avanti non sarebbe mai potuto esistere senza il computer. Adesso ho visto anche che la fonderia *My Fonts* comprende circa o più di 30mila fonts, un numero inimmaginabile rapportato agli anni Ottanta pre-digitali, soprattutto quando per disegnare una font ci voleva un team di una decina di persone e di investimenti da una centinaia di migliaia di dollari con lunghi tempi per realizzarli.
Il computer ha permesso alla Licko con l'ausilio del software Fontographer, alla fonderia Fontlab e a tutti gli altri type designers degli anni Novanta di disegnare caratteri le cui forme potevano essere create solo grazie alle curve di Bezier e alle tecnologie disponibili molto rapidamente. Adesso se pensi anche alle *variable fonts* è impossibile pensare che l'output o il disegno dell'idea possa esistere senza computer, perché il computer genera le forme senza che tu le abbia potute progettare sin dall'inizio. L'esistenza della cosiddetta intelligenza artificiale mi spinge a pensare: chissà cosa succederà nel futuro?
Verranno disegnate delle bellissime font con qualche programma che escluderà il designer. Ci sono designer come Matthew Carter che hanno disegnato font usando tutte le tecnologie, dal piombo alla fotocomposizione al computer, ma lui non disegna a mano, lavora direttamente sul programma.

P. Nella mia ricerca è emerso un fenomeno significativo, ovvero un'alta concentrazione di progettisti grafici nelle aree periferiche del design, come Modena o Firenze, che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a nuovi linguaggi visivi, interrompendo la tradizionale centralità milanese del design. Secondo lei, cosa ha reso possibile questo decentramento?

B. Non sono al corrente delle realtà esterne a quella milanese di quegli anni. Quello che facevo io era semplicemente utilizzare il computer magari prima di altra gente, ma il mio design senza alcun dubbio non era un design all'avanguardia, ero uno studente che lavorava, provavo a sperimentare. Anche se effettivamente le mie committenze erano particolarmente conservatrici. Però ho lavorato per una casa discografica, *Vox Pop* per cui facevo quello che volevo, il loro logo era un pene e una vagina, facevano delle robe spingendo oltre le possibili potenzialità del computer. Graficamente erano influenzati dal lavoro di Oliver Vaughan realizzato in Inghilterra, cose molto interessanti, però onestamente non so dirti cosa succedeva intorno a me, soprattutto non avevo una visione al di fuori di Milano, forse ero più interessato al mondo dei fumetti e dell'illustrazione. Ricordo persino che per un periodo una rivista di moda, di cui ovviamente non ricordo il nome, decise di non usare la fotografia e fece realizzare tutti i vestiti dagli illustratori, tra cui Lorenzo Mattotti.
L'illustrazione devo dire ai tempi, più che la grafica, era molto interessante e anche i grandi art director, come Oliviero Toscani, non erano in grado di apprezzare della tipografia, non la capivano. Quello che mancava in Italia era un interesse verso la tipografia e secondo me ad un certo punto il computer l'ha portata, soprattutto con le font piratate.
Un grafico della generazione prima della mia possedeva i libri con tutte queste font dettate da compagnie di fotocomposizione, queste sono le font che avevamo, se ne volevi un'altra dovevi disegnarla infatti c'erano grafici bravi a disegnare lettering e font per i logotipi interamente a mano. Tuttavia la mancanza di materiale non gli ha permesso di sperimentare cose nuove, di contro la mia generazione aveva questi zip disc pieni di font copiate e via con la creatività. Usando le font si imparava tantissimo, non credo si possano capire se non vengono utilizzate, solo usandole per i vari progetti inizi a capire il loro giusto impiego.

P. Data la sua esperienza professionale all'estero, nello specifico negli Stati Uniti, come veniva percepito lo scenario della grafica italiana degli anni Novanta?

B. Pensavano che gli italiani producessero grande design, ma c'è stato un *misunderstanding*, si parlava di nello specifico di design del prodotto, non intuendo che non si trattasse della grafica. Forse in Italia abbiamo più gusto o avevamo ai tempi, adesso con internet tutto è diventato uguale, però il livello di adesso è altissimo, il livello basso di adesso è il livello altissimo di trent'anni fa.

P. Se dovesse descrivere un suo linguaggio/approccio più maturo relativo alla fine degli anni Novanta che parole utilizzerebbe?

B. Facevo ancora schifo. Non sono ancora felice di quello che faccio, faccio schifo un po' meno, ma non sono mai soddisfatto.

P. C'è un progetto rappresentativo del suo approccio progettuale e dei linguaggi usati negli anni Novanta?

B. Un progetto che mi rappresenta e che è un po' la mia benedizione e dannazione al contempo è l'identità del ristorante Balthazar, progettato nel 1996-97, una grafica molto storicizzata.

P. Dalle diverse fonti consultate emerge che per un periodo si è occupato anche della progettazione tipografica, quando ha iniziato a disegnare caratteri?

B. Ho iniziato subito a disegnare font, pochi mesi dopo aver ricevuto da qualcuno il computer e successivamente il software Fontographer. Allora ho capito subito come utilizzarlo, non c'erano manuali che ti guidassero nel disegno dei caratteri, perciò ho cercato in giro nelle biblioteche con pochissimo successo. Quindi ho imparato soprattutto da solo, sbagliando spesso e disegnando delle font brutte, erano di moda le font *grunchy* per cui non importava come fossero realmente progettate le forme dei caratteri. La prima font funzionante l'ho progettata negli anni Duemila, perché ho chiesto aiuto a gente competente, ho fatto in particolare il design iniziale e poi è stata prodotta da qualcun altro. Invece adesso ormai riesco a progettarle autonomamente dall'inizio alla fine.

Remo Boscariol

progettista grafico dello studio Loew Associati
▶ via Skype
22.05.2020

P. Mi sono imbattuta nel vostro studio Loew Associati quando ho intervistato Carlo Branzaglia, ritrovandolo poi diverse volte nelle fonti consultate. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

B. Io ho frequentato l'Istituto d'Arte, mi sono formato in grafica, progettazione e tecniche di stampa a Vittorio Veneto. Dopo essermi diplomato nel 1994, mi sono trasferito a Bologna per studiare letteratura moderna, ma dopo poco ho lasciato perdere. Nel 1996 ho incominciato a frequentare lo spazio Link, dove mi hanno riferito che stavano organizzando uno studio di grafica, un tipo di esperienza che a me mancava, perché provenivo da un mondo troppo accademico e quindi ho iniziato a lavorare con loro.

P. Quando ha intrapreso la carriera di progettista grafico aveva già un po' di confidenza con il computer?

B. Avevo iniziato ad usarlo a scuola durante il percorso delle superiori, però limitatamente al disegno tipografico e poi lo sapevo già usare per disegnare un layout fisico. Ma sicuramente ho imparato bene soltanto lavorando, usavo già un po' il software Illustrator. Allora si impaginava con il programma PageMaker e forse sapevo solo usare Photoshop, cioè sapevo aprirlo e chiuderlo. Tutto il resto l'ho imparato da altra gente lavorando, provando e sbagliando moltissimo.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali rispetto allo scenario della grafica internazionale? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito a formare il suo bagaglio culturale.

B. Io in realtà sono abbastanza ignorante, dovrei studiare un po' di più. Comunque in quegli anni non conoscevo assolutamente niente dei progettisti italiani, probabilmente conosco poco ancora adesso. Durante le superiori ci hanno presentato i lavori di Bruno Munari. Negli anni che ho iniziato a lavorare al Link, quindi stiamo parlando della seconda metà degli anni Novanta, quello che mi interessava molto era la grafica che veniva dall'Inghilterra, le copertine dei dischi e l'editoria che adesso ormai non sono più underground come lo erano le riviste di allora: *i-D*, *The Face*, *Dazed and Confused*. Queste erano pubblicazioni inglesi di lifestyle. Dopodiché di grande ispirazione erano le copertine di dischi di musica elettronica dove si sperimentava di più, perché avevano a che fare con l'uso del computer. Mentre studiavo mi piacevano molto le fanzine e l'editoria underground. Diciamo che nella seconda metà degli anni Novanta quando lavoravo con studio Loew Associati, ho cercato di fare l'inglese. Neville Brody era un altro grande punto di riferimento, poi in realtà gli stimoli venivano da tutto quello che avevo attorno, ho impostato il lavoro su un certo stile. Attualmente lavoro nel settore del video e come direttore artistico, non mi sono mai focalizzato su una cosa sola, tutto ciò che si programmava al Link veniva dalla scena inglese o anche dagli Stati Uniti.

P. Quando è stato fondato lo studio Loew Associati?

B. All'inizio di quell'avventura eravamo soltanto un collettivo, abbiamo iniziato prendere la forma di un vero e proprio studio tra il 1997 e il 1998, cioè con persone fisse che incominciano a lavorare al progetto grafico affiancandoci.

P. Oltre alla committenza interna del Link avete anche avuto clienti esterni da enti culturali o aziende private?

B. Si avevamo due o tre committenze esterne per dei lavoretti di impaginazione soprattutto per arrotondare, poi a partire dal 1997 al 1999 abbiamo iniziato ad aprirci di più a commissioni e progetti esterni. Prima che arrivasse Graziano Mannu abbiamo lavorato per il Cassero di Bologna, infine nel 1999 abbiamo vinto il premio *Iceberg* per i giovani artisti/creativi di stanza a Bologna, partecipando alla sezione di grafica, premio ideato dall'assessorato alle Politiche Giovanili del Comune. Così abbiamo lavorato iniziato a lavorare per il Comune di Bologna, dopo tra il 1998 e il 2000 abbiamo lavorato per enti esterni come compagnie di teatro, ma sempre restando nell'ambito culturale. Dei lavori commerciali sinceramente non ricordo molto.

P. Ritornando ai progetti per il Link, di quale ambito vi occupavate nello specifico?

B. Nello specifico ci siamo occupati di qualsiasi elemento della comunicazione del Link dai poster alle piccole riviste – quindi molta grafica editoriale –, alla messa in pagina della programmazione e tutto quello che ci ruota intorno.

P. Tra le realtà creative che orbitavano nello spazio del Link c'era anche l'Opificio Ciclope che si occupava prevalentemente di progettazione video, si è mai occupato di videografica in quegli anni?

B. Sì, loro erano nostri vicini e amici, ho iniziato a collaborare con loro e successivamente anche Graziano per qualche progetto sia di videografica sia di sigle. Poi individualmente ho progettato delle grafiche per la rete Videomusic negli anni Novanta, e con Graziano abbiamo realizzato sigle per i programmi della Rai e alcune lavori di post produzione soprattutto per i video musicali che realizzavano e producevano soprattutto i ragazzi dell'Opificio Ciclope, credo che abbiamo iniziato tra il 1997 o il 1998.

P. Un aspetto individuato nella mia ricerca è l'alta concentrazione nell'area o nelle città emiliano-romagnole di progettisti grafici che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a linguaggio visivi come nel suo caso. Secondo lei, in quegli anni cosa ha reso l'Emilia Romagna un luogo fertile per il graphic design?

B. Sicuramente dipendeva dall'eredità culturale e in parte imprenditoriale, perché c'erano certe attività che promuovevano quel tipo di immagine e di comunicazione, mi riferisco soprattutto alla grafica commerciale che conosceva bene il settore e sapeva come adattare la comunicazione a una certa clientela. Sinceramente non ricordo nemmeno i nomi che giravano intorno a questo mercato. Ricordo che c'era l'agenzia di comunicazione Sartoria a Modena, che si occupavano principalmente della comunicazione per il mercato di *street wear* collegato al mondo musicale dell'hip hop e affini. Nella zona romagnola cerano poi piccoli studi che lavoravano molto bene, poi secondo il fattore scatenante potrebbe essere la vicinanza con Urbino dove c'è l'ISIA, luogo storico del progetto grafico. Oltre alla realtà modenese di cui ti parlavo prima a Bologna c'era il collettivo A.G.O. (Alcuni Giovani Occidentali), con loro ho lavorato dopo il Duemila e se non sbaglio AGO, nella seconda metà degli anni Ottanta, fosse stata fondata da Filippo Scozzari, fondatore e disegnatore di fumetti della rivista *Frigidaire*. Non saprei darti altre indicazioni su di loro, ma più o meno erano legati all'ambiente underground di Bologna della metà degli anni Ottanta e poi se non sbaglio, un ruolo fondamentale come committente nella diffusione di certi linguaggi l'ha avuto il brand WP store, che all'inizio nasceva come negozio che commercializzava marche street style provenienti dagli Stati Uniti. A.G.O. lavorava anche per il brand pugliese *Meltin' Pot*, famoso per avere una rivista italiana aziendale, in cui promuoveva sia lo street wear sia lo street style. Ricorco che per un periodo collaborava con A.G.O. e col brand pugliese anche Gianluca Bernardini, che nel 1999 ha fondato la sua agenzia Lavteria con Andrea Carnoli, progettista di punta della

comunicazione dei club notturni e art director di A.G.O., inoltre Bernardini insegna all'Accademia di Belle Arti di Bologna.

P. Lei ha iniziato a orbitare attorno agli spazi del Link prima di Graziano Mannu, il suo socio di allora, saprebbe dirmi come è nato il progetto culturale Link?

B. Sinceramente non notizie certe. Credo che ti convenga trovare le informazioni su Facebook o in rete o su altri articoli online. Ricordo solo che gran parte della gente fondatrice del Link veniva dall'esperienza associativa de *L'Isola del Kantiere*, da cui deriva il nome lo stesso nome del Link e di conseguenza il Comune aveva affidato al gruppo ideatore questo spazio libero. Chi e come sia nata questa realtà non saprei. Secondo me, è stata una conglomerazione di gente che credeva fortemente in quello spazio come una vera e propria istituzione culturale e non un semplice centro sociale. Configurazione che ha sempre più preso piede, finché dai primi anni Duemila si transforma sia negli intenti sia nella formazione, diventando a tutti gli effetti un C.S.O.

P. Ricorda altri dettagli utili alla ricostruzione della storia del Link?

B. Mi pare abbia aperto nella primavera del 1994, poi nel 2001 hanno cambiato definitivamente sede. Il periodo in cui il Link era ospitato negli spazi retrostanti alla stazione lo ritengo il migliore sia per la qualità della programmazione culturale sia per il clima di cooperazione che si era venuto a creare tra diverse realtà creative ospitate al suo interno. Credo che adesso si limitino a organizzare eventi musicali che ruotano attorno all'ambiente della musica techno. L'aspetto interessante di Bologna degli anni Novanta era che leggevi la città sui muri, capivi che atmosfera c'era dal quantitativo di manifesti e annunci affissi sulle mura. Ormai è da tanto tempo che non ci passo, ma io la ricordo cosi. I poster erano i social network di adesso, per capire qual era la sua programmazione culturale oppure sapere cosa accadeva in città, bastava guardare il muro. Non mi riferisco solo ai poster, in generale parlo di tutta quanta la comunicazione a parete, dagli annunci alle azioni pseudoartistiche, insomma i muri erano un bellissimo display, dove c'era più attenzione alla grafica e meno schifezze. Quando sono arrivato in città nel 1994 ho avuto la fortuna di conoscerla attraverso la lettura o l'interpretazione dei muri, che mi hanno aiutato anche a orientarmi. Capivo dov'erano le situazioni interessanti attraverso ciò che leggevo sui muri.

P. All'inizio dell'intervista mi accennava che durante gli anni della formazione superiore ha avuto modo di cimentarsi con la tipografia tradizionale, che cosa intende? E dal punto di vista del disegno dei caratteri come ha vissuto il passaggio dall'analogico al digitale?

B. Son cascato dentro la boccia interamente o probabilmente venivo già da lì, io non ho realmente composto con i caratteri mobili, semmai avevo acquisito qualche rudimento di fotocomposizione, ma in realtà mi sono formato nel digitale. Provare a fare serigrafia non mi interessava, sono nato col computer, gli anni Novanta erano gli anni del digitale.

P. Restando nell'ambito della tipografia, ha mai progettato una font digitale?

B. No, non ho mai disegnato una font. Ho sempre modificato caratteri e mi piace molto la tipografia, però no, realmente non ho mai approfondito quest'ambito perché è un mondo molto ampio, molto bello, molto impegnativo certo, quasi tra il fisico e il filosofico.

P. Cambiando argomento, si ricorda quando ha acquistato il primo personal computer? Se sì, quale modello ha acquistato?

B. L'acquisto del mio primo computer personale non lo ricordo, invece ricordo meglio quelli utilizzati in studio. Mi sembra che i modello fosse il *Macintosh Performa 405*, in realtà era Graziano l'esperto di tecnologia, io veramente non ricordo. Sì, lavoravamo con dei *Performa* o qualcosa di simile. Alla fine degli anni Novanta invece abbiamo acquistato il modello *iMac G3*, quello dalla forma bombata con la scocca verde e trasparente, successivamente siamo passati al portatile. Io penso che il computer abbia fatto un gran salto tecnologico tra il la fine degli anni Ottanta e gli anni Novanta, chi lavorava in quel periodo lì si è trovato nel bel mezzo della trasformazione digitale oppure era stato un anticipatore.

P. Secondo lei, quali sono state le ragioni del ritardo della diffusione dei computer in Italia in quegli anni?

B. Evidentemente dipendeva dal costo, se riuscivi a portare avanti la professione con il lavoro manuale, perché comprare un computer? Come di già saprai l'utilizzo del computer ha aperto delle grandi aree di sperimentazione e soprattutto ha velocizzato il processo produttivo, ma in generale l'intera professione del grafico, nonostante questi grandi cambiamenti i prezzi erano insostenibili.

P. Perché avete scelto il nome Loew per lo studio di progettazione grafica?

B. Non so, non so chi l'abbia tirato fuori, credo venga da un nostro amico, ossia la mente dell'Opificio Ciclope. Quando sono entrato io c'era già un progetto in ballo ed era una crew, gente che andava e veniva e lavorava e quindi non so quale sia l'origine.

P. Secondo lei, qual era lo scenario della grafica italiana tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta? E quali sono state le cause del mancato dibattito sulla transizione avvenuta in quel periodo?

B. In Italia non so bene che tipo di dibattito si sia sviluppato, la gente con cui lavoravo era molto entusiasmata dell'utilizzo del computer e gli piaceva forse anche troppo. A livello teorico e di ricerca proprio non saprei. Sicuramente i progettisti grafici negli anni Novanta erano tutti legati al computer, cioè ci si è trovati in mezzo e per la prima volta si iniziava a parlare di interattività e di multimedialità. Per chi inizia adesso il digitale è normale, ormai è tutto acquisito. Non credo che ci si interroghi più sul processo tecnologico che si utilizza per questa professione.
Dal punto di vista espressivo, cioè dei linguaggi visivi che si utilizzavo, invece sono convinto che ci sia stato un certo dibattitto soprattutto in relazione al tipo di immagini che si riproducevano con la tecnologia, ma non saprei dirti di che tipo. Sicuramente tra di noi progettisti all'inizio è stata posta qualche domanda, spesso con il gruppo che ruotava attorno al Link ci interrogavamo su quale fosse il nostro immaginario e sono certo che tutti noi attingevamo alla fantascienza e alla tecnologia, ma qualsiasi cosa di differente aveva il potere di influenzarci soprattutto nell'ottica dello stile, dell'estetica e del linguaggio.
Per esempio, nei nostri lavori utilizzavamo tantissimo i difetti prodotti dalla tecnologia, mettendoli in evidenza con fare provocatorio. Trovi questi difetti in quasi in tutti i programmi progettati per il Link, come il copia e incolla o l'atto di piratare una cosa di qua o di là e mescolare le varie texture dei vari mezzi di produzione, dei media con cui avevamo a che fare attorno a noi. In parte era questo atteggiamento che definiva le nostre produzioni. A volte uscivano cose incredibili, altre facevano davvero schifo, il risultato dipendeva da quanto male usavamo la tipografia. Si copiava molto, non ho problemi a dirlo, io copiavo molto, perché devi esercitarti su degli stili se vuoi dominarli.

P. Dopo la sua esperienza con il collettivo Loew Associati quali strade ha intrapreso?

B. Ho lasciato questa realtà nel Duemila o Duemilauno iniziando a lavorare prima come freelance, soprattutto per qualche collaborazione con lo studio A.G.O., alla quale affiancavo lavoretti miei, ma nulla di importante. Dopo ho lavorato un paio d'anni con Dinamiche Italia, casa editrice che distribuiva tutti i maggiori titoli di fumetti giapponesi e cartoni animati in Italia, occupandomi nello specifico delle copertine della serie DVD e WHS di cartoni animati/anime giapponesi tipo *DragonBall* e cose simili.
Un lavoraccio l'adattamento della grafica giapponese ai gusti italiani, considerato lo stile con cui arrivava questo materiale proveniente soprattutto dall'Inghilterra, dagli Stati Uniti o dal Giappone. Ho lavorato fino lì fino al 2003-04, poi mi sono trasferito in Spagna dove attualmente risiedo, ossia a Barcellona.

P. Ritornando alla comunicazione del Link, quali artefatti comunicativi avete progettato oltre ai manifesti e ai flyer? Mi risulta anche il progetto editoriale di una rivista, è possibile?

B. Sì, avevamo ideato anche una rivista bimensile che usciva ogni due mesi o tre mesi. Di norma l'intento era pubblicare i contenuti del programma culturale mensile del Link e poi inserire qualche approfondimento sugli ospiti più significativi degli eventi. A questo si affiancavano i manifesti settimanali, i flyer, la videografica per i rulli che andavano posizionati sugli schermi durante gli appuntamenti principali.

P. In quel periodo avete partecipato a qualche evento o mostra inerente al mondo della grafica italiana? Per esempio, avete preso parte alla rassegna *NightWave* di Rimini?

B. Sì, ricordo di essere stato a *NightWave*, ma non ricordo se fossimo stati invitati ad esporre a qualche mostra oppure se avessimo partecipato solo in qualità di visitatori. Credo proprio di no. Però ricordo che organizzammo una mostra negli spazi espositivi della Salara a Bologna, un posto tipico bolognese molto utilizzato per gli eventi culturali, oggi sede dell'Arcigay. Infine

partecipammo a una mostra credo verso la fine degli anni Novanta, credo fosse il 1999 organizzato da Carlo Branzaglia. Poi abbiamo partecipato – come ti dicevo prima – alla mostra finale del premio *Iceberg*. A partire dal Duemila quello che compare maggiormente con i nostri lavori nei libri o nelle riviste di settore è Graziano, credo che siamo stati pubblicati anche in qualche rivista straniera.

Carlo Branzaglia

critico della comunicazione visiva
▶ Bologna
19.07.2019

P. Come si è avvicinato al mondo della graphic design? E da dove nasce il suo interesse per le sottoculture?

B. Per due motivi: il primo era perché io ho svolto una tesi sui fumetti, relativa alla scuola sviluppatasi negli anni Ottanta, cioè quella delle riviste Cannibale e *Frigidaire*, periodici che da un lato avevano un'attenzione per certi versi spasmodica nei confronti dell'aspetto progettuale e grafico – si veda soprattutto *Frigidaire* – e dall'altro, nello stesso tempo siccome il genere riscostruiva il tema del racconto, dopo le effervescenze della scuola francese degli anni Sessanta, riportavano alla luce lo schema di gabbia sostanziale sottostante alle vignette, uno schema rigorosamente grafico. Il secondo motivo è successivamente ho scritto anche un libro sulle sottoculture di quel tempo rappresentate nelle 'arti statiche', le chiamerei così. Occupandomi di queste questioni è emerso in maniera abbastanza evidente che un tale elemento grafico accomunava per certi versi il fumetto banalmente alla grafica editoriale, perché in fondo sempre di gabbia si tratta. Nello stesso tempo, è successo che in quegli anni conoscevo molto bene, per motivi di vario genere, la scena della riviera romagnola in particolare, per questioni etniche e di amicizia, la scena della notte che in quel periodo era effettivamente in assoluta esplosione, soprattutto con un occhio di riguardo al mercato giovanile. Così mi resi conto che da quel ambiente stavano uscendo dei segni decisamente innovativi, giocati in maniera molto diversa e, soprattutto, si stava costruendo anche al di là di una tipologia progettuale particolare, anche una tipologia imprenditoriale particolare, che finirà per diventare determinante in settori anche relativi all'interior design, dal mobilio all'illumino-tecniche e così via, e poi in tutte le categorie merceologiche derivate. Per cui era una fascia sub-culturale abbastanza forte. Poi, essendo cresciuto culturalmente con le riviste *Cannibale* e *Frigidaire*, l'attenzione per le sub-culture mi accompagnava da quando ero ancora un ragazzino. Quindi si è venuta a creare tutta una scena legata all'underground alla fine degli anni Ottanta che da una parte mi era molto vicina e dall'altra la conoscevo molto bene sia qui a Bologna con il Link Project sia a Milano con il lavoro di Giacomo Spazio e di *Vinile* sia a La Spezia, grazie soprattutto al mio carissimo amico Gianluca Lerici (aka Professor Bad Trip), purtroppo scomparso. Quella scena la riconoscevo abbastanza come qualcosa di mio. In questa mescolanza fra emersione, perché quello era proprio il momento in cui stavano emergendo davvero: gli stessi locali notturni hanno avuto una fase sub-culturale che poi si è imprenditorializzata nel giro di pochissimi anni. Lì ho scovato dei segni, molti dei quali stavano diventando segni grafici, anzi era evidentissimo che il graphic design era il primo a 'commercializzare' attraverso delle palette – dovevano essere per forza stabili, perché finivano per essere strumenti di comunicazione – commercializzare quello che le sub-culture stavano costruendo. Io a quei tempi collaboravo con *Cento Cose Energy* che era la rivista di moda più giovane del gruppo Mondadori, che era molto bella graficamente e che aveva gente dentro ha finito per fare scuola e che toccava proprio quei temi lì. Quindi una simpatica congenie.

P. Secondo lei, esiste una correlazione tra i progettisti grafici attivi nell'ambiente delle sottoculture e la diffusione del computer come strumento progettuale?

B. Quella è stata esattamente la fase di passaggio. C'era gente che lavorava sostanzialmente 'sopra la fotocopiatrice' incominciando a usare la strumentazione elettronica molto presto, perché d'altra pare erano molto giovani e per certi versi erano nativi digitali, quindi poi si sono spostati velocemente sul piano digitale o con i primi pc o coi Mac. Direi che la cosa è stata abbastanza immediata, soprattutto se penso un po' a figure che sono quelle che hanno fatto, per esempio, la scena della notte, che hanno comunicato in maniera particolare un locale. In questi casi direi che il passaggio è stato piuttosto rapido per certi versi, se misurato verso la fine degli anni Ottanta e l'inizio degli anni Novanta... direi fine anni Ottanta. È proprio in quel frangente che ancora si vedono, in fase ancora vagamente subculturale, delle operazioni fatte effettivamente in fotocomposizione, molto complesse, di lì a poco arriva abbastanza rapidamente l'informatica. Tieni presente che queste persone sono estremamente attente nei confronti di tutto, figuriamoci quando arriva il Mac, se non se ne accorgono! Gente che leggeva, guardava cosa succedeva oltreoceano anche se allora non c'era la velocità di comunicazione di oggi, però c'erano le riviste. Questa era gente che consumava quella roba lì, quindi ben presto si rende dotta all'utilizzo di software e di computer.

P. Secondo lei, qual era lo scenario della grafica italiana tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta? E i progettisti grafici come stavano reagendo all'avvento del digitale?

B. Da un lato il digitale è arrivato come il cacio sui maccheroni, perché c'era un approccio progettuale che cominciava a tenere presente la necessità di costruire grandi coreografie. Giovanni Anceschi in quegli anni scrisse l'articolo *Choreographia Universalis* sulla rivista *Linea Grafica*. Praticamente lui la intendeva più nel senso del dipanamento della logica della corporate, anche in termini molto flessibili, cioè quel ragionamento che aveva fatto su immagine software e immagine hardware, ma in realtà poi la coreografia era quella data anche da una certa propensione verso ovviamente lo stile postmoderno, che garantiva necessità di una certa ricchezza di elementi, che diventavano a tutti gli effetti non solo la coreografia, ma di già una narrazione. Poi, lo storytelling adesso si dice è diventato vulgata, ma in realtà in quel momento c'era proprio bisogno di costruire un panorama di un mondo possibile. Ma già d'altra parte i semiologi parlavano di mondo possibile applicato alla comunicazione commerciale. Ovviamente, il computer è stato necessario: fra il tipo di impatto progettuale che ha lo studio Tapiro di Venezia, alla fine degli anni Ottanta, quando fa la Biennale e quello che – poco prima, poco dopo – April Greiman scoprirà tramite l'uso del computer dell'Apple in California... il clima è quello, e il computer aiuta moltissimo a processare, a generare delle coreografie sempre più ricche. Con quello che diceva Greiman "Attenzione a quello che fai, perché non chiudi mai il processo"; in linea di massima non solo fai la coreografia, ma la puoi anche rivedere, cosa che invece, quando hai finito di fotocopiare o di fotografare, con la pellicola il processo è chiuso.

P. Secondo lei, i progettisti grafici attivi nell'ambiente delle sottoculture prestavano attenzione al dibattito internazionale di quegli anni?

B. Può essere. Teniamo presente che in fase subculturale, in generale qualunque azione è terminata da una sorta di voglia di fare che in qualche modo ti spinge ad appropriarti di qualunque altra cosa. Teniamo presente che non tutte le fasce subculturali legate al graphic design si mossero su questi passi, chi lavorava su tematiche più complesse, come i visionari tipo Professor Bad Trip, non poteva conferire al digitale, non poteva dialogare con il digitale, perché non gli avrebbe permesso di fare quello che faceva. È probabile che ci siano state delle differenze dovute anche a questioni distributive, questa zona è abbastanza fortunata perché negli anni Ottanta è scoppiato il mercato della moda a Carpi nel modenese, il che significa che i più grossi distributori di libri e di immagini, non solo di fashion, ma di immagini in senso lato, della cultura visiva – fotografie, quirky design, eccetera – erano situate a Modena.
Quindi è probabile che certe zone fossero facilitate, però, a mio avviso, guadandoci bene, in molte parti d'Italia, forse in periodi

leggermente diversi, stava emergendo comunque una generazione che si informava, leggeva, mangiava qualunque cosa, compreso quello che veniva offerto dalla propria cultura locale e lo interfacciava fortemente con quello che sta succedendo. La scena della notte, per esempio, questa cosa la verifica chiaramente, mi spiego meglio: da Rimini partì un circuito di locali notturni che avevano lo stesso approccio, bene o male, anche sul piano della comunicazione (magari più sofisticata a Rimini, un po' meno forse a Pescara) che copriva tutto il territorio nazionale. Secondo me, sicuramente si può pensare a delle piccole sfasature, ma in quel preciso istante nacque lì una generazione che stava a Salerno, come a Rimini, come a Bologna, Milano, Firenze, Roma. E ricordiamoci pur sempre che il vero punto di passaggio epocale per il graphic design italiano, la pietra miliare fu *Frigidaire*, che era romano, ed era fatto da un tipo che tecnicamente non aveva alcuna competenza di graphic design.

P. Nel 1988 scrisse un articolo sul Festival di Arte elettronica di Camerino sulla rivista *Linea Grafica*. Aveva direttamente preso parte al festival? Mi può parlare di questa esperienza?

B. Ricordo che incontrai Franco Masotti – attuale direttore artistico di *Ravenna Festival* – teniamo presente che il clima della contaminazione era pressoché scontato, la parola contaminazione diventò la parola chiave in quegli anni, per cui non si stava mica più di tanto fermi! Ciò che mi ricordo del festival di Camerino è solo la visione di un concerto stratosferico, tanto da essere invidiato tantissimo da un amico, perché erano due jazzisti di free jazz, lui era un musicologo e io capitai lì per caso senza sapere chi fossere e dissi "Sai che ho visto 'sta roba?". Incontrai Franco Masotti, fratello di Roberto, marito di Silvia Lelli, super fotografi della Scala di Milano. Franco a quei tempi lavorava molto alle produzioni video, installazioni, aveva appena organizzato a Rimini una cosa analoga, *Computer image. Rassegna internazionale di immagini digitali* (1987), ma non mi ricordo proprio che cosa vidi. Lì c'era un contesto tutto molto sfumato, i contorni dei diversi settori erano labili e il graphic design rientrava dalla finestra. Credo ci fossero i Giovanotti Mondani meccanici (GMM)... insomma, rientrava un po' di tutto.
Poi c'era Mario Convertino che in quel momento è stato in qualche modo, non posso dire determinante, però assolutamente centrale, perché chiaramente ha spostato tutto questo, lo scenario digitale, in televisione. E dato che nel 1982, quando è nato *Mr Fantasy*, nessuno si era neanche vagamento reso conto che c'era del graphic design in televisione, lui è stato decisamente pionieristico. Non era ancora arrivato neanche Mirko Pajé in Mediaset, che in qualche modo fonderà la grafica televisiva italiana. È stato un segnale bello forte, anche se in passato avevano lavorato in questo ambito Erberto Carboni e Roberto Sambonet, però che ci potesse essere una così forte presenza dell'elemento grafico, non solo tanto di supporto, ma quanto in termini di push e così in linea peraltro con le questioni stilistiche corrispondenti ad un'era come quella degli anni Ottanta. Il giovane ha iniziato a guardare alla Rai come qualcosa di leggermente diverso. Tutto quel coté postmoderno era rappresentato in maniera diversa all'interno degli spazi di Massarini e soci.

P. Secondo lei, si può parlare dell'esistenza effettiva di un movimento New Wave in Italia, rapportandosi soprattutto con lo scenario dei paesi anglosassoni?

B. Sì, ad esempio la rivista *Frigidaire* era New Wave italiana, dichiaratamente spudoratamente New Wave, in termini stilistici e in termini di approccio. Comunque, Stefano Tamburini in realtà è punk e non ha vissuto la New Wave così come poteva averla vissuto Neville Brody a Londra, però l'approccio è dichiaratamente post-punk, anche per certi versi più punk degli inizi di *The Face* e *i-D*. E poi avevamo anche una scena musicale dichiaratamente New Wave a Bologna, infatti in questo momento c'è una mostra al Mambo, piccolina che si chiama *Rock Evolution* o qualcosa del genere.
Questa esposizione fotografa proprio quella scena lì e racconta dell'etichetta bolognese Italian Records che produsse ad esempio i Gaznevada, un gruppo tipicamente New Wave. Poi i riverberi si videro anche normalmente sul piano commerciale, perché da Giuni Russo ai Righeira e così via, in realtà quelli nascono perché comunque esisteva un substrato di suoni... come dimenticarsi dei Krisma... più o meno subculturali o di gruppi che non sono arrivati mai alla notorietà vera, ma c'era e c'è una sensibilità molto forte. Sul piano dell'abbigliamento poi la New Wave è stata molto forte, penso alla rivista *Vanity*, un mensile meraviglioso. In questi giorni ho traslocato dalla vecchia casa di famiglia e mi sono trovato 30 quintali fra libri e giornali in casa che non so dove mettere e sto tirando fuori questa roba qua. I numeri di *Vanity*, rivista che fece la Condè Nast negli anni Ottanta, alla fotografia predilesse l'uso più che altri i fumettisti e le illustrazioni sia nelle copertine sia nelle pagine interne. Però anche lì nascevano decisamente da questa estetica. C'era un'estetica fotografica dello sparato, con una luce vivida, molto teatrale, che diventò il driver anche per la stessa foto di arredamento, cioè è la classica luce che si prende in un locale notturno.
Mi venie in mente l'immaginario del movimento The Great Complotto di Pordenone fotografato nei lavori di Piermario Ciani, quello era un covo di new waver, proprio spudorati, in perfetta divisa: giacchette nere, occhiali scuri, camicie bianche e così via. Quindi la New Wave in Italia c'era.

7. Ciò che mi ha raccontato finora mi sembra definire più la scena artistica e musicale, ma dal punto di vista grafico si può definire l'esistenza di un movimento New Wave italiano?

B. Sì, io la ritrovo sia nella Mail Art sia nei lavori di Piermario Ciani, seppure in realtà era un fotografo di nascita ed essendo di una sensibilità incredibile, quando comincia a fare grafica e lo fa perché si trova nel progetto di *TraX*, ideato con Vittore Baroni e con Massimo Giaccon – il fumettista –, lui aveva cominciato a mettere a fuoco tutta una serie di segni che erano rigorosamente New Wave: la vede, la fotografa e la rimastica subito. Le stesse copertine di Sandro Raffini, che lavorava su disegni e disegnini, credo abbia fatto anche delle copertine della band Gaznevada, non voglio essere impreciso. C'era Nicola Corona, uno che più o meno girava attorno al fumetto italiano dell'ultima generazione, quello del gruppo Valvoline che aveva una competenza fra grafico a fotografico o Tony Contiero, che diventerà poi il fotografo ufficiale di Ivana Spagna, fra copertine o Francesco Messina, il copertinista di Franco Battiato, lui era spudoratamente molto colto, però aveva un approccio di quella scena lì. Poi ricordo Giovanni Tommaso Garattoni che è sempre stato una specie di eclettista nato, però quando incominciarono sul serio, guarda caso riciclavano lo stesso costruttivismo che stava riciclando Neville Brody sulla rivista *The Face*. Poi è chiaro che è una New Wave in chiave italiana, ognuno influenzato dal proprio background: Rimini era balneare, Roma era pasta all'amatriciana, Milano era Giacomo Spazio, lui il punk l'aveva visto e poteva tranquillamente riciclarlo, in termini molto underground, ma ognuno aveva la sua visione ma c'era, anche graficamente.

P. Secondo lei, perché questi progettisti considerati 'minori' non sono stati presi tanto in considerazione della storiografia ufficiale del graphic design?

B. Sto per fare un'affermazione forte: per colpa di Mario Piazza. C'era una grafica di serie A e una serie B. Quando incominciai a scrivere su *Linea Grafica*, tolto che partii da una roba underground com'era la grafica fatta in fotocopia, che prendeva di in considerazione i lavori di gente che faceva fanzine ignobili, così come quelli dello studio Tapiro di Venezia che lavoravano per una grande istituzione culturale come la Biennale. Il punto è il seguente: il graphic design allora era solo le immagini coordinate, l'editoria, la grafica di Pubblica Utilità, che allora era esplosa grandemente e gli ambiti più istituzionali. E in fondo continua ad essere così. In realtà la storiografia, la si fa sempre dalla parte dei bottoni; allora in maniera particolare ma è una cosa assolutamente naturale, a mio parere, per cui nessuno si è mai accorto di queste persone fino a quando poi non sono emerse. Ce ne dimentichiamo uno, per esempio: LCD Graphics di Firenze, Gianni Sinni si è occupato anche della pubblicazione della rivista associata alla manifestazione Pitti Trend di Firenze – se ricordo bene – si occupava della realizzazione del progetto di *Westuff* che era una fanzine megalitica, enorme che poi diventerà *Emporio Armani*. Svelto com'era Armani nel cogliere le opportunità, si è accorto subito che c'era qualcosa di buono nel fare determinati progetti. Graziano Righi, che faceva queste cose più da art director nel settore della moda, un po' folli. I veri pionieri della grafica della moda sono stati i fondatori di Studio Plagio che lavorava con Fiorucci. C'era diversa gente che si muoveva in ambiti che non erano i soliti, quelli più tradizionali del graphic design italiano.
Ma chi è che andava a vedere che le decorazioni delle motociclette potevano essere considerate grafica? Certo, in Olanda c'era Total Design che si faceva dare milioni di fiorini dall'azienda di motocicli Yamaha per disegnare la scocca delle moto, ma non lo si sapeva mica, nessuno non ci faceva caso. E nessuno soprattutto era abituato a pensare al fatto, se non quando scoppiò il fenomeno delle discoteche, che il consumo giovanile potesse essere un consumo particolarmente ricco. Noi venivano d'altra parte dagli anni Settanta, dove abbiamo assistito a una 'proliferosa' [cit.] contrapposizione di carattere non solo politico, ma anche lì è una visione sbagliata, noi non guardiamo mai le subculture, ma le presunte controculture e molto spesso fotografiamo le subculture come se fossero controculture.

Vedi il lavoro che ha fatto Bifo, Franco Berardi, a Bologna, istituendo un'altra rivista pseudo post-punk anche se dadaista. Il periodico *A/traverso* è stato scambiato per un rivista controculturale, sì certo, lo è, ma Bifo è anche dichiaratamente un pensatore con delle caratteristiche politiche, ma quella è una rivista che parlava di linguaggi di comunicazione, né più né meno, ed era quindi da considerarsi alla stregua di... . Per cui, noi vediamo sempre tramite la lente dell'istituzionalità – siamo un Paese ancora oggi rigorosamente conservatore – quindi la capacità di generare linguaggi nuovi, la vediamo quando ad un certo punto c'è qualcuno (e molto spesso sono le imprese, ricordo il direttore marketing della Levi's al Leoncavallo negli anni Novanta. Quelli sono svelti, vanno a vedere le cose dove sono). Poi, quando ad un certo punto uno diventa famoso perché fa i mobili per Tonelli, quell'altro perché fa Emporio Armani, quell'altra perché fa Urania, e così via allora improvvisamente dice "chi sarà?". È quello che faceva la rivista *Vinile* vent'anni o dieci anni prima. Secondo me, siamo solo molto disattenti, questo è un peccato. Oltretutto, avendo una scarsissima pubblicistica, parlando poco l'inglese, essendo un Paese sostanzialmente conservatore, noi non rivendichiamo alcune priorità che abbiamo avuto. Giovanni Tommaso Garattoni, nel suo – forse eccessivo – narcisismo diceva "Noi abbiamo fatto esplodere a Rimini il beat almeno sei mesi prima che esplodesse a Londra!". Magari esagerava un po', ma è anche vero che loro, all'inizio degli anni Ottanta hanno determinato il quadriennio psichedelico e in quello stesso periodo è arrivato il revival anni Sessanta a Londra. E questo lo si vede anche perché poi qualcuno dei nostri, che ha partecipato a quel clima, è andato a lavorare fuori, se l'è sfangata strabene!
Hanno fatto muovere anche fatturati mica male. Chi alla fine ha cominciato a fare clubbing underground, che poi si trovava a fare la grafica di cinque locali contemporaneamente, quelle sono economie di scala di una media azienda, perché sono economie consistenti. E non dimentichiamo l'influenza che ha avuto sulla moda! Ricordiamoci – adesso è brutto dirlo, ma è proprio così – il marchio Dsquared è nato da due persone che erano i queer leader al Cocoricò e che al Cocoricò hanno portato talmente tanta gente, perché in quel periodo, alla fine degli anni Ottanta e all'inizio anni Novanta nei locali della riviera ci andavano tutti. Facevi prima a fare affari nei locali della riviera piuttosto che andare a Milano. Angelo Caroli, ideatore dell'archivio A.N.G.E.L.O. di Lugo la mecca del Vintage, mi raccontò che lui aveva espanso il suo giro, perché collaborava con le discoteche della riviera e non avrebbe più avuto bisogno di andare a Milano per fare affari in quel periodo.

P. All'inizio dell'intervista ha accennato al progetto Link di Bologna, ricorda chi si occupava della grafica del centro culturale negli anni Novanta?

B. Attenzione che, come spesso accade, i luoghi subculturali, solitamente i centri sociali occupati o gli spazi simili di quegli anni, sono – come dire, mi passi il termine – delle merde pericolose da pestare, nel senso che il Link aveva – gli anni non me li ricordo neanche più, ma siamo alla fine degli anni Ottanta, se non ricordo male – all'interno una roba che si chiamava Loew Associati e che era composta da Graziano Mannu e Remo Boscariol. Questi due signorini diventeranno, non mi ricordo se tutt'e due o solo Graziano, insomma finiranno per andare a Milano a progettare le copertine per la Mondadori e anche quella bellissima rivista di Mediaset, che si chiamava Link, guarda a caso. Se non ricordo male hanno pubblicato pochi numeri anche loro, che era veramente una favola. Allora il Link delle origini era molto interessante dal punto di vista della creatività e della cultura visiva perché aveva al suo interno diversi laboratori. Dentro al Link c'erano diverse realtà creative: Loew Associati per la grafica; Opificio Ciclope che faceva video e uno dei due, Saul Saguatti, poi finirà per fare i video per il gruppo rock alternative Verdena; poi c'era anche Officina Alchemiche che faceva allestimenti modello Motoid Waste Co; poi c'era anche l'ala teatrale, che poi daranno vita al progetto Raum, una sorta di società che effettivamente ideato la street theatre. Quindi c'era proprio un coefficiente di produttività, legata ad aspetti dichiaratamente creativi di notevole impatto, che quasi immediatamente finisce per dialogare con l'impresa, nonostante fossero dentro ad uno spazio libero.
Lo studio Loew Associati nasce attorno al 1995. La cosa divertente è che un giorno li vado a trovare – però siamo già al 1996 – e salta fuori che c'è il rappresentante della carta Fedrigoni, cioè era lì da loro che comunque lavoravano in uno spazio all'interno di è un centro sociale occupato. Sebbene loro lavorassero in un ambiente poco istituzionale, il rappresentante di Fedrigoni era lì, perché si era accorto che realizzavano progetti bellissimi, li aveva individuati. Quindi prima ancora che gli esegeti del graphic design si fossero accorti dell'esistenza dello studio Loew, non solo se n'erano accorte le aziende che volevo fare le sfilate al Link – come l'azienda di streetwear Meltin' Pot e simili – se n'era pure accorto quello che vendeva la carta. I Link in quegli anni erano loro e facevano delle cose molto belle. In questi giorni mi è capitato di tirare fuori la rivistina del Link era favolosa. Loro erano molto cartacei. Avevano seguito quella linea che è determinante nell'affermazione della club culture italiana e che stato l'avvento dei flyer, in cui si prendono vita stili e idee. E poi avevano fatto la rivistina del Link e poi pian piano cominciarono a muoversi sul web, in quel periodo il web era ancora una roba da prestoria.
Chi arrivò prestissimo sul web, perché facemmo assieme una webzine proprio sul graphic design in quegli anni, la prima credo in Italia dedicata alla comunicazione visiva, fu LCD Graphics nel 1994 e pubblicammo i lavori di Gianluca Lerici, che ovviamente di web non ne voleva sapere niente.

P. Cosa può raccontarmi invece della scena grafica modenese degli anni Ottanta e Novanta?

B. Il simpatico pazzo Alessandro Jumbo Manfredini che, se ci riesce, perché ha deciso di assumere – chissà perché – sulle sue sole spalle questa impresa titanica di organizzare una mostra in Fiera a Bologna presso il padiglione Esprit Nouveau, progettato da Le Corbusier, dedicata per l'appunto agli anni Ottanta. Alessandro aveva in realtà come base professionale quella di essere un musicista: era il cantante del gruppo Ciao Fellini, nonché dj. Però nella sua vitalità incontrollabile – tuttora esistente – aveva aperto un locale che era molto simile allo Slego e all'Aleph di Gabicce Mare, però faceva parte della fase underground dei locali notturni italiani, prima che arrivassero le discoteche a implementare poi questa offerta notturna, trasformandola davvero in qualcosa di commerciabile. Chiaramente si faceva la grafica da solo, successivamente è diventato un ottimo progettista. È lui che ha seguito – se non ricordo male – *Sport Street* collezioni, queste riviste che si facevano a Modena e che servivano per dare informazioni a chi produceva su quali stili stavano girando. Ha lavorato a lungo per lo IED di Milano, ha fatto molte cose. C'era lui, poi arrivò Giorgio de Mitri che ha toccato dei livelli a dir poco stellari, che nel 1989 ebbe l'idea geniale, grazie per al supporto dell'editore Ettore Zanfi, che produceva queste riviste tecniche per il settore della moda, di ideare una rivista, *MenteLocale*, proprio sulla club culture. Io non ricordo bene se Giorgio avesse pensato all'omonimo libro dell'antropologo Franco La Cecla, che già negli anni Ottanta era diventato particolarmente famoso e ha scritto il volume *Mente Locale*, uno dei più intelligenti antropologi italiani. de Mitri Fece questa rivista che fotografava la notte da un lato e anche il passaggio di scena verso i centri sociali occupati e così via. *MenteLocale* è la prima rivista italiana di cultura giovanile, in buona sostanza, di cui lui era direttore. Però lui è sempre stato un art director, più che un progettista grafico. In questo momento ha una società che si chiama Sartoria, che lavora per la Sony Mondo ed è stato anche consulente di Nike, davvero una qualità e un livello di lavoro più che eccellente. Però anche lui nato sostanzialmente occupandosi per le prime volte di locali notturni, per i quali magari faceva delle cose strane, tipo "porta il pezzo di manifesto alla cassa e così entri gratis". E intanto che entravi gratis, ti prendeva giù il nome e anche se non c'era la rete, intanto lui stava mettendo da parte un indirizzario. Anche processualmente si cominciava ad avvertire il senso di un mondo che stava comunque cambiando e dove il trattenere le informazioni e i contatti diventava fondamentale. Questi erano molto locali di affezione, rimango sulla scena della notte logicamente, ed erano dei posti nei quali le persone si conoscevano e si riconoscevano, quindi piano piano andando ad espandere il pubblico.
A Modena vi era anche il fatto che, grazie alla grafica di Pubblica Utilità tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta, persone come Elisabetta Ognibene e Filippo Partesotti sono stati delle navi-scuola. Credo che sia Jumbo che Giorgio si siano in realtà formati lì, perché erano navi-scuola di grandissima professionalità, fortemente presenti sul territorio, grande cultura e anche un atteggiamento estremamente pop, nel senso particolarmente attento nei confronti delle culture popolari e giovanili.

P. Tra i progettisti che mi ha nominato manca la figura significativa della progettista Alessandra Morcella, se la ricorda? Cosa può raccontarmi di lei?
B. Certo! Me la ricordo. Era di stanza a Pesaro? Non vorrei sbagliarmi, ma Alessandra si era formata all'istituto Albe Steiner di Ravenna? Probabilmente no.
L'altra grande fucina, anche se non ha forse avuto un'incidenza direttissima, è stata per quest'area geografica la fondazione di questo CFP (Centro di formazione professionale) a Ravenna, intestato ad Albe Steiner. Finanziato dalla Regione con grandissima facilità per gli studenti ha formato la gran parte della scena grafica romagnole, alcuni dei quali sono

a Milano adesso. Tipo quello che adesso lavora a New York e che ha fatto la sua tappa milanese, ma veniva da quelle zone lì, Mauro Carichini. Lui era compagno di scuola di questa gente, poi accadono coincidenze strane: Cosetta Gardini, che era compagna di scuola di Mauro si fidanza con il cantante dei Mau Mau e comincia a fare le copertine, questa è anche vita. Poi anche la scena di Firenze era interessante in quegli anni, oltre a Gianni Sinni.

P. Tra i tanti progettisti nominati precedentemente ci sono anche i Giovanotti Mondani Meccanici, cosa può raccontarmi di loro?

B. Loro sono fiorentini. Loro ebbero questa idea di fare i fumetti al computer, cioè fare le scene al computer, fotografarle e trasformarle in una sorta di fumetti. La rivista Frigidaire, in quel periodo, era a caccia – come è sempre stato, specialmente nei primi 5-6 anni di vita – era assolutamente a caccia di questi immaginari sintetici. Era una rivista che adorava l'idea del sintetico e quindi li pubblicò.
Poi hanno fatto delle piccole serie ispirati ai fumetti, perché c'erano tre personaggini che si ispiravano ai GMM, in tenuta rigorosamente New Wave bianca e nera. Poi hanno fatto diverse installazioni di videoarte particolarmente interessanti. Loro sono stati fra i primi in Italia, se non ricordo male, a fare installazioni interattive. Hanno fatto un progetto che si chiamava *Electronic Mandala*, che credo appartenga ancora agli anni Ottanta, in cui tu governavi attraverso le proiezioni una figura che si muoveva a parete, uno schermo.

P. Adesso affrontiamo una questione per me ancora un po' oscura: la manifestazione riminese *NightWave*. Come è nata l'idea di organizzare un convegno sul graphic design all'interno di questa rassegna?

B. Nasce così: la manifestazione nasce dal fatto che un signore che aveva un'azienda di famiglia attiva nel settore dell'illuminotecnica dei locali notturni in particolare, gli è venuta la geniale idea di affiancare, ossia di proporre una attività fieristica diversa dal SIB, la fiera di prodotti per locali notturni e per locali pubblici in genere: luci, banconi e così via. Nicola Ticozzi, un milanese, si rende conto che c'è un mondo che girava attorno e che tutti guardavano alla notte per fare le bevande, le scarpe, eccetera. Addirittura un artista, di cui non ricordo il nome, in quegli anni fece un'installazione prendendo materiali provenienti dalla notte per farli vedere ai propri clienti e far capire che non era il mondo della lambada, che in quegli anni andava di gran moda, ma era qualcos'altro. Nicola ad un certo punto mi chiama perché io avevo fatto, pochi anni prima, un libro che si chiamava Immaginari del consumo giovanile pubblicato da Costa & Nolan. In quel periodo mi era capitato diverse volte di raccontare gli immaginari giovanili. Quindi Ticozzi mi ha chiamato e mi ha chiesto se gli davo una mano assieme a Pierfrancesco Pacoda, un giornalista musicale, a montare un programma che accompagnasse la manifestazione. Nel 1996 eravamo in due/tre ad occuparci di questa rassegna, Pierfrancesco, io e non mi ricordo chi era il terzo. Io organizzai un incontro tra i progettisti grafici e designer del prodotto giovani, quindi partecipò un casino di gente.
Mi ricordo che tra i progettisti del prodotto c'erano Roberto Semprini e degli altri c'era Cinzia Maggioni che aveva lavorato per lo studio Convertino e poi per Mediaset, sicuramente la Cosetta Gardini. È stato sicuramente una sorta di ragionamento su cosa stava accadendo nel mondo del graphic design con un occhio di riguardo alla generazione under 30. Questo quasi sicuramente nel 1996, poi non ricordo se organizzai qualcos'altro quell'anno lì. Nell'edizione del 1997 avevamo fatto queste sessioni di discussione parallele e istituimmo delle borse di studio.
Invece in quella del 1998 facemmo una roba sul rilevamento delle culture giovanili con una relatrice inglese, Sharon Kinsella In quell'anno facemmo anche una sessione sulla produzione musicale, una sessione proprio sul design. L'anno dopo introducemmo uno spazio dedicato al brand Mambo, portato successivamente anche a Milano! La ditta di abbigliamento surf underground australiana e portammo il loro illustratore capo Reg Mombasa in fiera a Rimini e poi nella sala espositiva nell'ufficio Giovani Artisti del Comune di Milano. Non male quella! Un tipo fenomenale! Non mi ricordo i convegni, mi ricordo solo vagamente le tematiche, uno sulla musica e un altro dove c'era Gianluca Lerici.

P. Nel 2016 ha organizzato una mostra sulle avanguardie grafiche intitolata Rimini Underground indagando proprio lo scenario degli anni Ottanta. Come nasce questo evento?

B. Il libriccino di Cristina Serafini, tra l'altro la moglie di Alessandro Pessoli, bravissimo artista. Lei ha realizzato questa piccola collana con l'editore riminese Maggioli, piccoli libri che raccontano un po' della grafica della riviera, tra i tanti c'è ne uno dedicato persino a Dudovich, perché possedeva la villa a Riccione, oppure a quella serie di campagne che il Comune di Rimini realizzato per la comunicazione dell'estate, coinvolgendo anche Cattelan, Manara, eccetera. L'ultima cosa che ha fatto è il libro di cui mi chiedi, perché voleva recuperare un po' di progetti di alcuni progettisti particolarmente attivi nel settore del divertimento notte, tra cui appunto i lavori di Giovanni Tommaso Garattoni e di Stefano Tonti. Noi facemmo qui a Bologna una mostra nel 2000, durante Bologna Capitale Europea della Cultura, con un altro progetto che si chiamava *B-Side*, in cui coinvolgemmo i progettisti grafici under 30. Lì c'erano poi gente che venia fuori dalla scena degli anni Novanta, in particolare quella legata alla musica elettronica, tipo il progetto Bellissimo di Torino, molti avevano dei trascorsi più o meno compiutamente underground. C'era anche Claudio Sinatti, scomparso, uno dei primi che aveva messo le mani sul video in una maniera non dico grafica... Giorgio Palmirani.

P. Dove avevate organizzato la mostra *B-Side* di cui mi ha appena parlato?

B. Alla Salara, dove adesso c'è il Circolo Cassaro. Era una sala espositiva del Comune, la facemmo lì su tutt'e due i piani. Erano veramente tanti, circa una quarantina di persone esposte.

P. Adesso le chiedo di un altro argomento che mi interessa sempre relativo agli anni Ottanta: l'uso del linguaggio dell'immagine fotostatica come fase intermedia nel passaggio tra analogico e digitale. Perché secondo lei è stato un linguaggio visivo così diffuso in Italia?

B. Per due motivi, io credo. Da un lato bisogna ricordare che il punk è nato sulla fotocopiatrice ed è stato costruito per abbassare i costi dell'editoria underground, quindi dando la possibilità a tutti di comunicare. Ricordiamo che da noi c'è stato Bruno Munari negli anni Sessanta e che l'uso creativo della fotocopiatrice è nato in Italia e negli Stati Uniti. E guarda a caso se noi pensiamo a tutto ciò che lui realizzò in quegli anni, negli anni Settanta viene riprodotta parzialmente anche in fotocopia. Ritornando a Munari, durante un'edizione della Biennale di Venezia gli forniscono una fotocopiatrice Xerox, con cui comincia a contravvenire una per una a tutte le regole di utilizzo della macchina: 1. non si può lasciare aperto il coperchio. E lui lascia aperto il coperchio; 2. non si può muovere l'oggetto sul piatto. E lui muove l'oggetto sopra il piatto. Probabilmente anche per questo lui poi scrive un libro nel 1979 intitolato *Xerografie originali* per la casa editrice Zanichelli. Effettivamente esiste una scuola di artisti italiani, anche di francesi, alcuni dei quali cominciano ad essere particolarmente famosi nell'ambito dei fumetti, ad esempio Jean Tabary è uno che fa proprio fumetti con la fotocopiatrice. Però si crea questa scuola italiana che è abbastanza robusta e annovera molti autori che appartengono al mondo sia dalla graphic design sia delle arti visive, dove tutti usano le fotocopie perché poi, come Tamburini ben sapeva, hanno questo tocco artificiale. Ricordiamo che negli anni Ottanta escono quelle a colori che hanno dei toni lividissimi perché 'beccano male' il colore, soprattutto con le tecnologie di allora che non erano digitali. Viene usata molto in fotografia pure – da Piermario Ciani, ma credo anche da Toni Contiero – per dare per l'appunto questa virata New Wave nelle foto. Cosa che però, secondo me, succede un po' anche in qualche numero della rivista *The Face* e *i-D*.
Quest'ultima nasce con la fotocopia, con l'idea dell'immagine fotocopiata e di fotocopiare i testi per spendere meno. È vero che noi abbiamo una scuola su piano estetico abbastanza considerevole, per altro la si vede anche altrove. Chiaro che noi vediamo molto meglio la nostra per alcuni passaggi, perché ci si è indagato un po' sopra, in particolare sull'uso della fotocopiatrice come magari altrove non è stato fatto. L'altro motivo è rigorosamente progettuale, cioè la fotocopia aiuta moltissimo nella progettazione, per quanto ovviamente più ingessata dell'informatica, è qualcosa che ti permette di comporre scenari complessi, di tagliare, cucire, sistemare, accorciare, ingrandire, diminuire, rimpicciolire. È uno strumento di grande flessibilità che talora fa trasparire il proprio linguaggio al di là del fatto di essere semplicemente uno strumento di utilizzo.
Penso che Francesco Messina molto spesso abbia fatto trasparire delle fasi di processo nella logica dell'errore "Ho sbagliato, ma così è ancora più bello". Molto spesso quella che emerge è una avanzo di processualità che però ha delle caratteristiche estetiche interessanti.

Giacomo Callo

progettista grafico
▶ via telefono
28.05.2020

Io, se ti devo dire la verità, te lo dico come premessa, non ho cambiato modo di progettare con il computer. Non vorrei deluderti, ma i progetti fatti nel 1989-90 erano prodotti senza computer e poi ho cominciato a lavorare con il digitale tra il 1991 e il 1993. Sia chiaro non è che io facessi ricerche con grafiche in un alto modo, cercassi i miei stimoli, io non ho mai cambiato modo di comportarmi, ma neanche adesso. Se ti dovessi dire dal 1984 al 1992 quali sono i grafici italiani più significativi che mi vengono in mente, te lo posso dire, addirittura anche progetti dal 1984 al 1999... Penso anche, in questi quindici anni, di aver fatto parte, di aver dato anche il mio contributo a questo cambiamento, a questa spinta, ho dato anch'io un mio piccolo contributo. In realtà, io giusto intorno al 1997-98 sono diventato art director del più importante ufficio grafico editoriale italiano, quindi tutto sommato ero anche in una posizione di privilegio e con una certo punto di osservazione. Ma se ti dovessi dire dei nomi, tolto il sottoscritto, che ritengo abbiano dato un importante contributo penso a Matteo Bologna è il più importante di tutti, l'altro è Giacomo Spazio restando in Italia – io parlo soprattutto del settore della grafica editoriale –.
In Italia non c'è nessun altro: ci siamo io, Matteo Bologna e Giacomo Spazio, siamo in 3! Io in qualità di art director di Mondadori, Matteo Bologna per la Rizzoli e Giacomo Spazio era un libero battitore che ha lavorato con Matteo Bologna e successivamente con me. Dopo, nel 1996-97, è arrivato anche Graziano Mannu, successivamente Francesca Leonetti da Rizzoli dal 1998. Ma inizialmente il cambiamento nell'ambito editoriale lo facciamo io, Matteo e Giacomo Spazio. Poi ci sono anche altri grafici molto bravi e molto importanti del panorama editoriale italiano, ci sono studi importanti come lo Studio Cerri che si occupava della casa editrice Einaudi, ma Studio Cerri era uno studio avanzatissimo che non innescava alcun cambiamento. Oppure c'era un grafico eccezionale che si occupava della casa editrice La biblioteca del Vascello, ad esempio, che faceva delle copertine bellissime, una piccolissima casa editrice di nicchia... non mi ricordo neanche il nome! C'erano tutte le realtà meravigliose underground, come l'editore Marcello Baraghini che ha fondato Stampa Alternativa, realizzando delle cose meravigliose. Personalmente non conosco i grafici di Baraghini, perché i nomi cambiavano di volta. Poi loro erano dichiaratamente degli underground e facevano un po' quello che volevano... io dovevo fare le copertine per i libri di Bruno Vespa, capisci a personaggi che sono considerati l'istituzione! Loro invece facevano i libri a un punk come Marco Philopat, tipo il volume *Costretti a sanguinare*. Oppure facevano la bellissima esperienza della collana *Millelire*, dove hanno fatto credo un milione di copie con Epicuro e le sue *Lettere sulla Felicità*. Quindi, il panorama che io mi ricordo è questo, se posso dare un contributo alla tua ricerca, lo do in questo modo... io questo cappello non posso non fartelo!

P. In realtà l'ho contattata perché mi interessa la sua figura come progettista, perché è stato uno dei pochi che ha lavorato all'interno di una grande casa editrice italiana per più di vent'anni.

C. Nel 1998 io ho la possibilità di creare l'ufficio grafico editoriale più forte d'Italia. E lo faccio! Io non ho mezzi termini e non mi importa di nulla che "chi si loda si imbroda", io non mi sto lodando, ti dico quello che è successo! Nel 1998 ho deciso, insieme ai miei colleghi di Mondadori, di creare l'ufficio grafico editoriale più forte d'Italia e l'ho fatto! Ho assunto grafici che, sia per formazione sia perché formati all'interno di Mondadori sono poi diventati gli art director di tutte le case editrici italiane. Francesca Leoneschi che è l'art director di Rizzoli e Jacopo Bruno che è suo marito erano due miei colleghi all'Accademia delle Belli Arti di Carrara, che io ho assunto in Mondadori. Jacopo è un bravissimo illustratore. Oppure Cristiano Guerri, attuale art director di Feltrinelli, l'abbiamo chiamato noi in Mondadori attorno al 1994-95. Ovviamente c'è anche Mara Scanalino per la casa editrice Baldini & Castoldi, anch'essa nata nell'ufficio grafico di Mondadori, art director di Baldini & Castoldi, ma potrei andare avanti così per diversi nomi... Ad esempio, Graziano Mannu era uno di quelli da non formare in Mondadori, perché veniva dall'esperienza del Link di Bologna. Questo ti fa capire quali erano le nostre intenzioni, io andavo al Link a Bologna perché c'era una delle migliori realtà grafiche d'Italia e dicevo "Graziano, vieni a Milano: qui ci sono 50-60 mila euro l'anno!" Questo è quello che è accaduto! Se poi, hai bisogno di entrare nel merito dei progetti, possiamo fare anche quello, ma nelle intenzioni dall'ufficio interno all'editore, è successo questo. Un ufficio che poi è stato distrutto nel 2015, per questioni strategiche ed economiche. Ti ho citato solo quattro-cinque casi, ma ricordo anche di Nadia Morelli, allora l'art director di Fossil e Swatch, che è venuta a lavorare con me in Mondadori. Oppure Cristina Bazzoni, ti cito ovviamente Giacomo Spazio... ti sto citando i migliori grafici editoriali italiani degli ultimi vent'anni. Qualsiasi grafico che ha lavorato nel nostro ufficio ha potuto fare l'art director, una volta fuori dalla Mondadori, per qualsiasi editore. L'unico editore che ci è sfuggito è stato Einaudi seguito da Baccinelli, ma è l'unico editore che ci è sfuggito, per il resto gli editori importanti li abbiamo ricoperti di grafici Mondadori. La Mondadori ha fatto scuola non solo per la grafica, ma anche con gli editori, gli editors. La scuola di Mondadori è stata una vera scuola italiana ed è indubbiamente la scuola editoriale più forte. Ti cito altri due grafici fortissimi: uno è Beppe Del Greco, che ho assunto io nei primi anni 2000 e l'altro è Andrea Geremia, anche egli mio compagno di scuola assieme a Francesca Leoneschi e Jacopo Bruno. Questo è il clima: ho avuto la possibilità e l'occasione di creare l'ufficio grafico più forte d'Italia e penso di averlo fatto, secondo me ci siamo riusciti! Poi vedevo sparire questi bellissimi fiori che avevamo nel nostro ufficio, diventavano grandi e sparivano a fare gli art director altrove, però non mi sono mai offeso, sono orgoglioso. Magari sul momento ci rimanevo male, però sono orgoglioso di quello che ho fatto. L'ultimo che mi viene da citare è Marcello Dolcini, figlio d'arte di Massimo Dolcini. Lui è l'ultimo grafico che ho assunto, un grafico eccezionale, come tutti gli altri che ti ho citato: Beppe Del Greco, Graziano Mannu, Francesca Leoneschi, Andrea Geremia, Nadia Morelli. Cristina Bazzoni è morta due anni fa, era un'illustratrice eccezionale.
La mia storia è questa, aver costituito il gruppo grafico più forte d'Italia. Adesso siamo nel 2020 e sono l'art director della casa editrice Chiare Lettere e poi di SEM Editore, collaborando come graphic designer esterno con Longanesi, Garzanti, TEA, Nord e Rai Libri. Oggi sto facendo una marea di lavoro invece che per un editore, per sette editori. Non sono da solo, ho messo su un piccolo studio dove prima eravamo in tre, adesso siamo rimasti in due, spero di recuperare la terza momentaneamente assente perché ha fatto il secondo figlio, si chiama Marina Pessotta. Il mio collaboratore, collega che è un giovane grafico invece si chiama Davide Nasta.

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

C. Io penso di essere stato veramente tanto fortunato, perché ho frequentato l'Accademia delle Belli Arti di Carrara nei primi anni Ottanta. Tra il 1983 e il 1986, non mi ricordo, comunque nella prima metà degli anni Ottanta. In quel momento, in quella scuola, c'era un fermento dal punto di vista grafico molto molto interessante, che si stava in realtà lentamente spegnendo. Un fermento che avevano iniziato Silvio Coppola e Carlo Santini come docenti dell'Accademia

nella metà degli anni Settanta. Silvio Coppola è stato un importante grafico, praticamente quello che mi ha avvicinato al graphic design. Lui è stato un mio docente per dei workshop quando ancora frequentavo il liceo, ma volta arrivato all'Accademia di Belle Arti, lui si è adoperato per svolgere dei workshop di lunga durata per tutta un serie di studenti che avrebbero accettato la sua docenza. Quindi teneva dei workshop paralleli all'Accademia delle Belli Arti. Li faceva a Carrara nello studio del professor Paolo Triglia, anche lui un designer docente nel medesimo istituto. Poi insegnava anche Salvatore Gregorietti, in quel periodo la cattedra di graphic design era sua. Capisci la mia fortuna, è stata essere in mezzo a Coppola, a Gregorietti e a Triglia, questi erano dei professori che, se telefonavano a Enzo Mari, il giorno dopo si presentava in Accademia, o Bruno Munari. Carrara sicuramente era fuori dal mondo, ma era una cittadina meravigliosa che disponeva di un'accademia bellissima, in una struttura fantastica come il castello da caccia del Seicento e con dei professionisti di questo livello, di questo calibro.

P. Quindi mi sta dicendo che si è avvicinato alla grafica perché ha avuto la fortuna di avere loro come punti di riferimento?

C. Sì, assolutamente sì, Coppola più di tutti! Quando arrivai al terzo-quarto anno di Accademia di Belle Arti lui si ripresentò a scuola dopo una brutta vicenda giudiziaria e non venne accolto, anzi decisero con cavilli burocratici di estrometterlo dalle docenze e così lui inaugurò questo workshop che durava un anno, gratis, in uno studio privato. Più fortunato di così, non può essere!

P. Che percorso professionale ha intrapreso dopo gli studi all'Accademia di Belle Arti?

C. Finita l'Accademia per due anni ho fatto la leva militare nella marina, poi un giovanissimo professore dell'Accademia di Belle Arti, Marco Baudinelli, successivamente diventato direttore per due mandati, anch'esso graphic designer, aveva assunto la responsabilità dell'ufficio grafico di una rivista di architettura molto nota, neonata, con l'art direction di Bob Noorda – l'Arca Edizione si chiamava. Facevano parte del comitato scientifico della casa editrice diverse figure di spicco della cultura di quegli anni, tra i tanti Felice Casati, architetto, Bob Noorda e anche altre importanti personaggi dell'ambito artistico, come Fulvio Viviani, un pittore degli anni Sessanta-Settanta del periodo della psichedelia.
Bob Noorda ha il merito di aver progettato questa rivista bellissima, *L'Arca. Il progetto del lavoro*. Una volta che Marco Baudinelli è diventato il responsabile dell'ufficio grafico, chiamava me ogni mese per impaginarla, praticamente un giovane studente a fargli da assistente. Quindi io divento assistente di Marco Baudinelli all'Arca Edizioni e ho come art director Bob Noorda... la fortuna continua e non mi abbandona! Ero molto appassionato e mi piaceva da morire tutto ciò che facevo, tutto ciò che mi chiedevano, mi piaceva da morire! Quindi questa fortuna era accompagnata, secondo me, non tanto dalla mia bravura ma dalla mia voglia e passione, che non mi ha ancora lasciato! Io ho 56 anni, ma in realtà nella mia testa ne ho 15!

P. Così inizia a lavorare per la casa editrice Arca Edizioni e da qui decolla la sua carriera. Cosa succede dopo questa prima esperienza nell'ambito editoriale?

C. E poi decollo. Le motivazioni te le racconto con un aneddoto che in realtà, giuro, è la verità. A un certo punto Marco Baudinelli se ne va dall'ufficio e rimango da solo, a quell'età non sono in grado di mandarlo avanti, non sono capace, perché ho 26 anni e non sono in grado di gestire una rivista progettata da Bob Noorda, una rivista così importante. Il periodico pubblicava articoli su tutti gli architetti più importanti del mondo, c'erano da impaginare foto, testi, didascalie e anche se c'era il progetto, stampavamo sempre al computer, in realtà era difficilissimo mandare avanti una rivista del genere. Di sicuro io non ero in grado, da solo.
Poi io sono spezzino e non mi sono mai rassegnato a passare un week-end a Milano, anche oggi sto facendo Milano-Genova in macchina! Quindi tornavo a casa ogni venerdì sera alle 17.00, prendendo un treno espresso da Milano Porta Garibaldi a Livorno, treno che fermava anche a La Spezia e Sarzana. Questo treno casualmente lo prendeva anche l'art director di Mondadori, che era originario di Sarzana, ossia Federico Luci, lo studente più importante di Silvio Coppola. Io non sapevo che lui fosse l'art director della Mondadori e non sapevo bene neanche cosa fosse la Mondadori a 26 anni, però ho avuto la fortuna di incontrarlo in treno. Ci riconosciamo, anche se lui ha dodici anni più di me, lui è un uomo formato, ha circa 38-40 anni ed è l'art director della Mondadori. Ci riconosciamo in treno perché io avevo frequentato i workshop di Coppola quando ero ancora al liceo e mi ricordavo di lui che oltre ad averli frequentati, faceva anche l'assistente.
Lo riconosco e gli dico: "Ciao! Tu sei Federico Luci, io sono Giacomo Callo, ci siamo incontrati in Puglia, a Peschici". Cosa centra adesso la Puglia con la mia storia, allora devi sapere che Coppola era spezzino come me, come Francesca Leoneschi, come Cristiano Guerri, ma anche come Federico Luci e Marco Baudinelli. Quindi c'è questa mafia spazzina nell'editoria nata tutta da Silvio Coppola, che in realtà non è originario di La Spezia, ma è di Peschici. Lui è nato a La Spezia, perché il padre era un sottoufficiale della Marina Militare, ma in realtà i suoi erano pugliesi. Tutti questi personaggi faranno carriera a Milano, un ulteriore fattore che ci accomuna. Ritornando alla storia dell'incontro con Luci, l'ho riconosciuto in treno e mi rapporto a lui come se fosse un mio collega, nonostante la nostra differenza d'età. Ripeto, Luci era uno degli studenti più importanti del corso e non ti dico che fosse, un assistente, ma era molto vicino a Coppola. Ho incontrato Federico Luci sul treno e mi ha chiesto "Cosa fai a Milano?", io avevo appena progettato un marchio per un negozio di Genova e ho tirato fuori un biglietto da visita. Era un negozio di lingerie, si chiamava "Sotto Sotto" e gli ho mostrato il biglietto da visita. Questo biglietto da visita era bello e subito ho notato un guizzo negli occhi di Luci che si è complimentato con me. Qua c'è un racconto a parte sul biglietto, quindi apro una parentesi.
Dopo militare, mi sono trovato perso perché, appena conclusa l'Accademia di Belle Arti non ho avuto neanche il tempo di respirare partendo immediatamente per la leva. Quando ho finito di fare il militare mi sono ritrovato da solo, senza più la scuola e io che non sono figlio di un architetto o di un direttore di orchestra, bensì di un operaio (Luciano) – orgoglioso di esserlo – che lavorava sulle navi a La Spezia e di una casalinga (Renata), mi sono ritrovato in una situazione molto difficile, specialmente se nasci in un paesino del golfo di La Spezia. Allora dopo aver appreso la morte di Silvia Coppola, che aveva lasciato in eredità al Centro Ragghianti di Lucca tutti i suoi disegni, mi venne l'idea di andare a visionare tutti i giorni i suoi lavori. Arrivato al progetto dell'etichetta di vino Tignanello ho registrato nella mia testa il progetto e successivamente l'ho riutilizzato per il logo "Sotto Sotto" del negozio di Genova di lingerie. Quindi io trovo una profonda relazione con Coppola e con il progetto Tignanello – un vino toscano chiamato anche in gergo "super Tuscany", un modo per chiamare i grandi vini toscani, è un modo americano evidentemente, internazionale, per dire che non ci sono solo i francesi, ma ci sono anche i toscani –.
È un'etichetta meravigliosa, bellissima, che Coppola aveva disegnato nel 1971 circa. Ritornando all'incontro con Luci, lui ha visto il biglietto del negozio e così abbiamo iniziato a parlare del vino Tignanello e soprattutto di Coppola e dopo poche settimane mi ha assunto in Mondadori. Quindi mi sono diventato uno dei tanti grafici della Mondadori dal 1990 al 1997, progettando le copertine de libri.
Dopo nel 1997 Luci ha dovuto lasciare la casa editrice milanese perché aveva dei grossi interessi in Germania, dove aveva la famiglia e anche parte del lavoro, in aggiunta abbiamo pure litigato, e così è stato proposto a me nel 1998-99 di diventare art director della Mondadori. Io accetto, anche se la cosa mi è dispiaciuta tantissimo e se tornassi indietro rifiuterei l'occasione. Io invece allora l'ho accettata, rimanendo in carica come art director fino al 2015, quindi ho passato 17 anni nel più grande gruppo editoriale, precisamente dal 1998 al 2015: questa è la mia storia. Vorrei anche aggiungere una cosa in più su Luci: lui, esattamente come Silvio Coppola, come Gregorietti e come Baudinelli, è stato importantissimo per me. Io non ho un unico mentore, bensì ne ho 4-5, anzi ci potrei mettere anche Triglia. Sto parlando di designer che hanno condizionato la mia carriera professionale, ovviamente ci posso mettere anche Bob Noorda perché quado ho cominciato a lavorare, avevo lui come art director e andavo a prendere i biglietti al parco da Bob. I disegni delle pagine della rivista Noorda me le dava al parco con le foglie dentro!

P. Quali sono stati i suoi punti di riferimento culturali sul graphic design? Guardava più allo scenario della grafica internazionale o a quello italiano?

C. Le cose si pongono in modo completamente diverso da quello che potresti pensare, io ti ho citato quei nomi non perché fossero un riferimento grafico per me, ma ti ho citato quei nomi che sono stati per me dei padri. È diverso! I riferimenti grafici sono un'altra cosa. Io non ho avuto AG Fronzoni come insegnante, che a quel punto

sarebbe diventato per forza un riferimento grafico. Quindi come riferimenti grafici noi avevamo ovviamente gli stranieri e in editoria gli stranieri vogliono dire gli americani o al limite gli inglesi. E non ti sfuggirà ovviamente, la questione. Poi ci sono degli editori tedeschi meravigliosi. Noi frequentavamo ovviamente, come è normale, la Fiera del Libro di Francoforte e non so, a volte ti imbattevi in una collana svedese pazzesca o ti imbattevi in una casa editrice tedesca come Brinkmann & Bose, che è stato forse il mio editore preferito al mondo. Poi ci sono stati editori piccolissimi come... che era talmente ambizioso come editore che si faceva fare le copertine a Londra! Ti assicuro che erano copertine bellissime!
Ricordo che nel 1999 andai a New York con l'intento di comprare un sacco di libri e lo feci! Andai a New York nelle due librerie più belle in assoluto – che forse non esistono neanche più! – erano Barns & Noble e Strand e comprai 100 libri, anche di più. Poi, tornando in Italia, scoprii i libri che tuttora posseggo, scoprii che comprai soltanto libri praticamente di Ian Kay, di Chip Kidd, di Barbara de Wilde, comprai praticamente i libri con un intento grafico. Perché fu anche quello un momento piuttosto importante, perché io lì avevo superato i trent'anni, avevo 33-34 anni ed ero appena diventato dirigente, la Mondadori era un editore talmente aperto di mentalità che mi diceva "Vai a New York a comprare i libri!". Poi altri riferimenti culturali molto importanti li ho avuti anche al di fuori dell'editoria convenzionale, perché, ad esempio, nel padiglione numero 3 della fiera di Francoforte, ossia il padiglione dell'arte, c'era un reparto dedicato al libro d'artista e io in questi anni ho cominciato a produrre dei libri d'artista. La rivista *Print* forse la più bella rivista grafica che c'era in quegli anni, ogni anno metteva in *Print Europa*, dove in un fascicolo posizionarono il mio studio tra i primi cinque in Italia per la grafica editoriale, episodio replicato per tre anni fino a che la redazione mi ha chiesto di diventare il vice-direttore. Ricordo anche la rivista *Novum Graphischer*, quella di grafica tedesca, che mi ha dedicato un articolo bellissimo, quando nel 1997-98 ho progettato la collana *Poesia*, cosa che in Italia non ha fatto nessuno. Mi pubblicavano all'estero su *Print* e *Novum* e in Italia nessuna rivista mi ha mai dedicato un articolo, sicuramente ho qualche intervista sul *Corriere della Sera* o sul *Sole 24 ore*, mi sono state fatte decine di interviste, ma nessuna rivista di grafica italiana mi ha interpellato. Anche la modesta *Linea Grafica*, citandone una a caso. *Linea Grafica* non si è mai sognata di spendere una parola sul mio lavoro! Forse è stato un bene che non mi abbiano citato, ma come non hanno citato me, non hanno citato anche Matteo Bologna! Una delle mie più grandi sostenitrici è stata Fausta Orecchio della casa editrice Orecchio Acerbo, era l'unica italiana in quel momento teneva conto dello studio Callo, posizionandolo tra i cinque migliori in Italia che si occupavano di grafica editoriale.

P. Una piccola precisazione: quindi i suoi progetti venivano pubblicati con il nome del suo studio? Non mi è molto chiara la faccenda.

C. No, io venivo pubblicato con il mio nome, come art director. Le copertine, come puoi ben immaginare, le progettavano anche dei designer che erano guidati da me, a volte le progettavo anche io. La cosa che io feci subito, da quando divenni art director, è che non feci mai firmare le copertine dei libri dai miei designer come graphic designer, ma le feci firmare come 'progetto grafico'. Questo segnò un vero spartiacque, perché loro potevano avere me come capo, ma sentirsi liberi di farsi conoscere come progettisti. E mi riallaccio a quello che ti ho detto prima, questa cosa me li ha fatti anche perdere, perché appunto erano visti come veri e propri progettisti autonomi, visto che firmavano il progetto grafico.
Se proprio dobbiamo citare un nome italiano, in realtà un mito ce l'ho ed è Anita Klinz.
Ho con me tre dei suoi libri in questo momento. Lei per Mondadori ha progettato una collana di narrativa, compiendo il gesto più bello che si possa fare editorialmente, ovvero ha messo la foto dell'autore in quarta e ne ha fatto spuntare un pezzetto in copertina in modo totalmente informale.

P. Prima mi ha citato come personali riferimenti soprattutto le realtà statunitensi e inglesi, c'è qualcuno in particolare con cui condivide il suo approccio al progetto grafico?

C. Ti ho citato Chip Kidd, Barbara de Wilde, Ian Kay. Ci sono dei nomi anche in Europa, molto interessanti ma non mi hanno influenzato soltanto i grafici, ci anche degli illustratori. Personalmente ha influenzato molto anche Malcom Garrett, oppure Gary Baseman o lo stesso Gianluca Lerici (aka Professor Bad Trip), quest'ultimo era a scuola con me. Su YouTube c'è un nuovo documentario dedicato a di lui venuto a mancare nel 2006. Lerici ho disegnato diverse copertine per i miei libri, soprattutto quelle dei libri di Ammaniti e del collettivo Luther Blisset. Sono io che ho chiamato Lerici e la Mondadori ha trasecolato dicendomi "Ma perché ci proponi un illustratore del genere?", per poi scoprire dopo pochi anni che i libri di Ammaniti nella collana degli Oscar Mondadori erano tra i più venduti, secondi solo ai romanzi di Ernest Hemingway e Thomas Mann! In quel periodo io ero fresco di progetto, inserivamo questi grandi artisti come alcuni di quelli già citati, tra cui anche Thomas Ott. Lui è un fumettista svizzero. Mi vengono in mente anche dei grafici molto bravi, ai quali comunque davo un occhio, come John Gall o David Pearson, due progettisti inglesi. Parliamo di editori? Ad esempio, il Penguin Group era un editore da prendere come esempio spesso, il gruppo statunitense Random House era pure da guardare, del quale faceva parte la casa editrice Knopf, per la quale lavorava Chip Kidd. Questi riferimenti erano un po' d'obbligo. Io avevo anche dei miei canali, delle mie preferenze, ad esempio a me appassionavano molto le pubblicità sportive, tipo quelle della Nike. Nello specifico le pubblicità sulle riviste dei marchi che mi piacevano di più. Mi viene in mente l'azienda d'abbigliamento Carhartt che realizzava delle pubblicità bellissime, spesso erano illustrate tra l'altro.
Il web ancora non esisteva e attorno al 1998-2000 le ricerche le facevi in libreria e Milano mi dava questa occasione, ovviamente.
Io compravo tutte le riviste del mondo dove c'erano appunto queste pubblicità meravigliose, dove in quel caso conoscevo il nome del marchio. Mi ricordo che guardavo molto anche i teloni dei camion, sono pieni di colori e di scritte e anche lì non è così assurdo, ad esempio l'azienda Freitag ci ha fatto la sua linea di borse! La sua idea ispiratrice per l'ideazione del brand è stata proprio i teloni dei camion e i suoi colori.
Di sicuro la segnaletica stradale, perché io guido molto, ad un certo punto li ho veramente adorati. Poi ci siamo interrotti, perché nella mia formazione ha avuto tanta importanza il padiglione 3 della Fiera di Francoforte, di cui ti parlavo prima, dove espongono soprattutto gli editori indipendenti di libri d'artista.
Infatti nel 1999 produco il mio primo libro d'artista, un libro dedicato all'architettura. Poi in realtà ne produco pochi, ne produco soltanto altri quattro, l'ultimo nel 2013-14 – non ricordo –, un libro dedicato semplicemente alla grafica. L'ultimo progettato è distribuito in sole trenta copie, il primo è stato pubblicato in duecento copie, di questo ne ho con me in macchina almeno tre copie. Poi ne ho progettato uno in copia unica e uno in sette copie. Tale produzione è stata per me un momento fondamentale della mia vita di progettista, perché accorpavo in un'unica persona più ruoli, quello di editore, autore, progettista, poeta e anche distributore, perché io non li ho mai distribuiti ad un distributore vero, ma personalmente. Puoi vederli nel cortometraggio di Gianluca Giannone, fotografo e cineasta, *Giacomo Callo: the books of the deep sea driver*, dove mostro i miei libri. Lui li sfoglia in modo un po' veloce.

P. Ritornando alla questione del passaggio dall'analogico al digitale che è l'aspetto che più mi interessa, quando ha iniziato a lavorare con il computer?

C. Io ho fatto a botte con il computer e continuo a farlo tuttora. Forse nel 1992-93, non me lo ricordo neanche! Se ti devo dire la verità... è chiaro che ho sempre avuto bisogno del computer, ma io in qualsiasi progetto che faccio, che abbia fatto o che farò, io lo disegno prima!

P. A quando risale il suo primo approccio/avvicinamento con la tecnologia digitale all'interno dell'ufficio della casa editrice per cui hai lavorato la prima volta?

C. Subito, quando esce, nel 1992. Però questo evento non dipende direttamente da me, è stato l'editore che un giorno ha detto "Voglio che siano fatte con il computer quelle copertine". Era un disastro, non erano mica le macchine di adesso! Passare da un regime analogico vero, dove sulla scrivania c'era soltanto un telefono e una luce, chi sapeva disegnare sapeva anche far immaginare le sue intenzioni grafiche e fortunatamente io avevo questa possibilità. Io potevo disegnare un Bodoni, un Garamond, un Helvetica, io riuscivo a imitare una font per poi dopo metterci un'immagine e far capire la mia intenzione a un editore piuttosto che a uno scrittore e molti grafici sono stati molto aiutati dal computer, per esempio. Il grafico più bravo che conosco, che è Giacomo Spazio, non ho mezzi termini, non disegnava!

P. Ciò che mi interessa sapere è come un'intera generazione di grafici, tra cui la sua, ha vissuto questa transizione raccontandola

attraverso le vostre esperienze. Cosa mi può dire a riguardo?

C. Io non ho fatto in tempo a fare il grafico senza computer. Ho lavorato senza solo due anni ad Arca Edizione e forse un anno o due in Mondadori. Per beccare sul fatto quelli che sono passati dall'analogico al computer, bisogna parlare con la generazione prima della mia. Devi intervistare Federico Luci, perché è lui che fa quindici anni di copertine per diversi editori come Einaudi o Garzanti, per tutti gli editori più importanti, anche per Boringhieri, realizzandole con la colla, tagliando i caratteri, le foto e soprattutto è riuscito a diventare l'assistente di Willy Fleckhaus, tra l'altro! Hai presente chi è Willy Fleckhaus? È il grafico che inventa l'utilizzo del Futura nell'editoria. Il Futura non lo disegna, perché il Futura lo disegna Paul Renner, ma Willy Fleckhaus è stato il grafico che negli anni Settanta ha introdotto l'utilizzo del Futura, ovvero usa i pesi più pesanti vicino a quelli thin, è lui che ne ha innovato il suo uso e lo fa sulla rivista *Twen*. Operazione ripresa anche sui libri, ma soprattutto sulla rivista. È praticamente il grafico tedesco degli anni Settanta forse più importante e più innovativo. Se sei dedita allo studio e alla teoria, Willy Fleckhaus per te è oro! E chi è l'assistente di Willy Fleckhaus? Federico Luci! Quindi se vuoi un vero grafico ancora attivo, perché insegna ancora all'Accademia delle Belle Arti di Carrara, se vuoi un vero grafico da intervistare sul passaggio dall'analogico al computer devi sentirlo ed è quello che fa per te.
La differenza è che noi questo passaggio l'abbiamo subito tra la scuola e il lavoro, c'è una differenza enorme tra chi lavorava in un modo ed è stato costretto a lavorare in un altro, mentre la nostra generazione è passata dalla scuola che era analogica al lavoro che era con il computer, più o meno è andata così.

12. Proseguendo sulla tematica del passaggio della professione dall'analogico al digitale, com'è stata vissuta questa transizione negli uffici grafici della casa editrice Mondadori? E soprattutto da quante persone era composto l'ufficio grafico?

C. L'ufficio grafico della casa editrice Mondadori doveva essere in grado di progettare quasi mille copertine in un anno, questo vuol dire che ne licenziavamo dalle cinque alle otto al giorno. L'ufficio grafico di Mondadori è stato sempre composto da 15-18 designer, 2/3 ricercatori iconografici e inizialmente 2 segretarie. Stiamo parlando di un ambiente grosso, molto grosso.
Io in questo momento sto studiando molto il lavoro del grafico Alvin Lustig e contemporaneamente sto analizzando lo stile architettonico, nominato Contemporary Architecture, perché io sono un appassionato di architettura, io muoio di architettura!
Io sto tutta la notta a guardare i portoni, le finestre, io muoio di architettura.
Infatti, il mio primo libro d'artista è un libro di architettura. Poi ne ho fatto un altro di architettura, fotografico, in copia unica, che nel filmato citato precedentemente si vede.
Sono molto contento di aver fatto quei progetti, perché essendo io un devoto dell'architettura, un malato di architettura, compravo convulsamente libri di architettura e mi facevano schifo, erano i libri più brutti che avevo in casa.
Secondo me, tra gli anni Novanta e Duemila i libri di architettura erano i libri più brutti che c'erano in libreria, erano inavvicinabili. Solo che io, essendo malato, non riuscivo a non comprarli. Quindi li compravo e a volte ci strappavo la copertina! Quindi io progetto il mio libro sull'architettura, il mio libro perfetto di architettura, perché gli altri non mi piacciono. Una volta che avevo un architetto a cena, gli ho raccontato questa storia e si offeso, si è offeso tantissimo e mi ha detto che forse era perché non li capivo. Mi ha detto così e non mi ha mai più telefonato, ma io sono abbastanza orgoglioso che non mi chiami più. Io ho fatto il più bel libro di architettura che c'è, nel 1999 ho fatto il libro di architettura più bello che c'era. Adesso, secondo me, si sono un po' svegliati, ci sono delle cose belle!
Tra i miei libri sull'architettura ne ho dedicato uno alle colonie fasciste, sai le colonie dei bambini costruite durante la guerra?
Le coste italiane fino a vent'anni fa ne erano costellate. Io ho avuto la fortuna e la forza di andarle a fotografare di persona quando erano ancora in piedi e nel loro vero stato pericolante, ne è diventato un libro a quattro mani con un collega. La copia l'ho realizzata io, le foto le abbiamo fatte a quattro mani, ma la copia l'ho realizzata io, ce l'ho io. Quello è forse il mio libro più importante, un libro che poi ho provato anche a editare, attraverso un editore svizzero di Lucerna, Edizioni Gallerie Periferia, il quale si è molto innamorato di me e della mia passione per l'architettura, ma purtroppo hanno capito che costava troppo, perché è un libro di 1850 pagine ed è già impaginato! Il libro è pronto per andare in stampa, sono dodici anni che cerco un editore.

P. Secondo lei, negli anni Novanta c'è stato un dibattito italiano sull'avvento del digitale nella comunità dei progettisti grafici?

C. Non so risponderti se c'è stato. Se il dibattito c'è stato, c'è stato su ciò che questa macchine hanno prodotto negli Stati Uniti, cioè tutto il gruppo dei californiani inclusi i lavori del decennio successivo di David Carson, tutto quel gruppo è stato un faro per noi italiani ad un certo punto. Non tanto perché rappresentavano una rottura con il passato, perché il nostro passato praticamente non esisteva, il nostro passato era fatto di poche cose, l'editoria italiana versava in condizioni disperate – diciamo che versa ancora oggi – però dal punto di vista del progetto grafico è molto cambiata, cioè versa in condizioni disperate l'aspetto della vendite e delle proposte editoriali.
Quindi l'aspetto grafico della fine degli anni Ottanta era terribile, ti sfido a trovare delle copertine che ti piacciano tra il 1980 e il 1985! Ti sfido ad averle in casa, queste copertine! Se qualcuna ce l'hai perché ti è piaciuta la copertina, allora io ti dico chi l'ha progettata: Ferenc Pinter, che però è un illustratore e non un progettista grafico! Ferenc Pinter è un mostro!
Lui è il vero mostro dell'editoria italiana, l'unico vero mostro! Poi se andiamo ancora indietro, è chiaro che quando ci hanno messo le mani Noorda, Giulio Confalonieri e AG Fronzoni le copertine sono diventate belle, ma gliene hanno fatte fare poche di copertine, a questi signori! Le copertine, quando ne facevano fare tante, per farle pagare poco le facevano fare a chi non era così bravo oppure non era un vero grafico! L'unica che ha fatto tante copertine era Anita Klinz.
Quindi noi italiani non avevamo da discutere, da dibattere sul computer sì o computer no. Avevamo da dibattere in realtà su ciò che stavamo facendo, chi c'è stato prima di noi, dove stava andando in generale la professione. Questa è stata l'unica riflessione, l'unica, non ce n'erano altre!
Tra la fine degli anni Ottanta e i primi anni Novanta i progettisti grafici che si occupavano di grafica editoriale e copertine c'eravamo solo noi tre: io, Matteo Bologna e Giacomo Spazio, coloro che hanno innovato quest'ambito. Non ci sono altri grafici che in quel momento progettano le copertine dei libri! L'unico degno di nota era Gregorietti che lavorava per la Feltrinelli, era l'unico rimasto in piedi, con la schiena dritta, cosa che gli fa onore.
Dire queste cosa non è facile, perché è come dirsi finalmente la verità. Se tu vai a vedere nel 1995-96 le collane de *Il Mito* e *Poesia* e poi vai a vedere l'editoria italiana di quel periodo, prendendo un qualsiasi libro di Garzanti o di Bompiani o di Einaudi, prendi chi vuoi e confrontalo con queste due collane della Mondadori e dimmi se troverai mai un libro così negli altri editori! Te lo dico io dove lo trovi un libro così: lo trovi fatto per Rizzoli da Matteo Bologna!

Giorgio Camuffo

progettista grafico
▶ Venezia
30.05.2019

P. Com'è nato il suo interesse per la grafica californiana degli anni Ottanta, nello specifico quella che fu caratterizzata dall'avvento del computer?

C. All'inizio della mia carriera mi sono occupato di design in maniera bislacca, poi ho comprato una rivista giapponese, *Idea magazine*, che aveva realizzato un numero dedicato alla grafica californiana. Io non sapevo nulla del computer e quando mi sono recato negli Stati Uniti nel 1983-84, il computer era proprio agli esordi. Ho fatto tante mostre come *Pacific Wave* e anche una serie di workshop a Palazzo Fortuny, intitolati *Fortuny Graphics* molti anni fa. C'erano tra i tanti April Greiman, John Hersey lui faceva le illustrazioni per *Mac World*, la rivista di riferimento statunitense del mondo Apple. In quegli anni ho avuto la fortuna di trovarmi nel momento giusto al posto giusto, intuendo cosa fosse realmente il computer e cosa potesse realizzare, difatti sono stato uno dei primi ad avere un computer Apple, il modello *Macintosh Plus*, comprensivo dello scanso per il dischetto, i primi floppy disc.
Nel periodo che stai indagando c'era un grande miscuglio tra chi lavorava ancora a mano, in analogico, e chi già con il computer, ma non era solo lo scenario italiano, anche in California succedeva lo stesso.
Con Roberto Barazzuol sono stato in studio da Rudy VanderLans, uno studio piccolissimo dove c'erano i primi caratteri progettati con il computer da Zuzana Licko, utilizzati poi per la rivista *Emigre*.
In Italia purtroppo devo dire che nella cultura visiva e grafica eravamo e siamo ancora un po' indietro, John Hersey faceva le illustrazioni prima che arrivasse il computer, le immaginava già in quel modo, Greiman ha studiato in Svizzera ed è stata compagna di Dan Friedman che aveva un'idea della grafica ben precisa e un altro che lavorava con lei faceva il fotografo grafico, il computer per loro è stato solo uno strumento per ampliare le potenzialità insite già in loro.
Se penso al fatto che Greiman mi aveva spedito la bozza del manifesto per la mostra curata da me, a cui avevo chiesto di disegnare il manifesto e io stupidamente l'ho buttato, mi mordo le mani adesso.
L'esecutivo di quel manifesto era bellissimo, fatto quasi in scala 1:1, metà realizzato a mano analogicamente, quindi con i retini tagliati con il lettering era già deformato – perché lei col secondo compagno Steve Martin, lavorava su queste tecniche –, l'altra metà era fatto al computer perché non si poteva fare la selezione quadricromia, a pixel. Quel manifesto era proprio sintomatico del cambiamento in atto ed è stato considerato una specie di icona del postmoderno, il passaggio al digitale.
Lo studio di Greiman era un atelier, dove si respirava la relazione che aveva col mondo artistico. Il suo secondo compagno, credo che fosse appunto Steve Martin, era un tecnico dell'azienda Apple, quindi avevano la possibilità di esperire la nuova strumentazione digitale immediatamente. Infatti quando abbiamo fatto il workshop con lei qui a Venezia, lui ha portato con sè già nel 1986 una telecamera che poteva essere collegata al computer *Macintosh Plus*, catturando così immediatamente le immagini video e elaborandole digitalmente. Credo proprio che il manifesto progettato da lei per la rivista *Design Quarterly* è stato realizzato proprio così, loro sapevano già potenzialmente quale e come sarebbe stato l'uso del computer.

P. Quando ha iniziato ad occuparsi concretamente di progetto grafico?

C. Nel 1981 ho iniziato seriamente a progettare i primi lavori.

P. Ricorda quando ha acquistato il suo primo computer?

C. Credo fosse il 1984 acquistando subito il modello *Macintosh Plus*, ricordo di aver preso la stessa macchina con cui è stata realizzata la pubblicazione *Designers on Mac*, ideata da un grafico giapponese, in cui si affronta per la prima volta la tematica del rapporto tra progettisti grafici e computer/strumentazione digitale.
Pensa che un mio amico aveva il modello precedente del primo vero e proprio personal computer, ossia il *Lisa*, quindi avevo già iniziato ad avere familiarità con questi nuovi strumenti.

P. A quando risale il suo primo approccio/avvicinamento con la tecnologia digitale e come è stato il suo approccio alla nuova strumentazione?

C. Quando insieme a Roberto Barazzuol sono andato in California. Lì abbiamo subito visto questo nuovo e potente strumento. Diciamo che il computer in quegli anni non ha cambiato il mio modo di progettare, forse ha influenzato la forma oppure mi ha indotto in una direzione piuttosto che un'altra, ma non posso dire che da quando ho il computer ho cambiato il modo di progettare, perché ci sono lavori come quelli legati alla segnaletica che in alcuni passaggi non puoi realizzare con il computer. Di certo è stata una macchina che mi ha agevolato il lavoro. Ovviamente ho avuto una reazione di stupore, pensa che nel 1984 avevo preparato per un progetto una pellicola da sviluppare con una struttura complessa tenuta assieme con dei fili, ma per essere sviluppata adeguatamente si doveva andare fino a Milano, l'abbiamo spedita e quando in studio abbiamo visto tornare indietro ciò che avevamo spedito, abbiamo subito capito quanto il computer avrebbe agevolato il nostro lavoro e accorciato i tempi di produzione. Qualche anno dopo per la mostra ideata da Italo Rota *Amate Città. Un secolo di architettura metropolitana* nel 1995 alla Triennale di Milano abbiamo preso dei materiali che sono stato facilmente elaborati proprio grazie all'acquisto dei nuovi software per realizzare la grafica di queste grandi pareti, iniziando a lavorare con il programma Photoshop.

P. Come è nata l'idea di organizzare in Italia una mostra sul movimento grafico della Pacific Wave statunitense?

C. La decisione di organizzare la mostra *Pacific Wave* è nata dalla folgorazione che ho avuto sfogliando la rivista giapponese di cui ti parlavo prima, *Idea magazine*, il cui numero era dedicato interamente alla grafica californiana e soprattutto ai progettisti californiani che lavoravano con il computer, tipo appunto la Greiman e il suo compagno Jayme Odgers. Ovviamente la California ha avuto un ruolo privilegiato nella diffusione del digitale e dei nuovi linguaggi visivi e assumeva un atteggiamento all'avanguardia, perché il computer era stato ideato proprio lì a Cupertino dall'azienda Apple. In realtà con Roberto siamo andati in California anche per andare a trovare un'amica, Giorgia Candin, che faceva i disegni con il computer Amiga, una bravissima illustratrice, e che progettava le copertine dei dischi.

P. Quando hai visitato gli studi dei protagonisti della *Pacif Wave* californiana qual è stata la sua reazione nei confronti di quei lavori?

C. Ricordo che ho visitato gli studi della rivista *Emigre*, poi quelli di John Hersey e della Greiman ed è stato tutto molto interessante, soprattutto osservare come lavoravano. Io come riferimenti professionali in Italia avevo quello di Giulio Cittato con il quale lavoravo, quindi oltre ad avere una formazione molto breve era soprattutto di tipo tradizionale o modernista sul graphic design.

P. Cosa l'ha spinto a essere un attento osservatore dei fenomeni grafici internazionali, o meglio della scena statunitense? Considerando che successivamente alla mostra del 1987 ha organizzato e curato sempre a Venezia anche una mostra sull'illustrazione statunitense e nel 1997 è arrivato a portare Davis Carson in Italia.

C. Di mio trovo i progettisti grafici e la

grafica in generale molto noiosi, la grafica ti dà l'opportunità di conoscere mondi, di comunicare e così mi sono interessato a tutte le discipline e a vari mondi. Un po' com'è accaduto per il progetto culturale *Zuppa Digitale*, organizzato assieme al Comune di Venezia, in cui abbiamo portato in Italia per la prima volta designer che lavoravano nella prima metà degli anni Novanta coi cd rom oppure lo stesso Robert Stein, ideatore dell'azienda statunitense Voyager, che lavorava già dagli anni Ottanta sul progetto del supporto cd rom, come ambiente multimediale, oppure figure che stavano iniziando a dialogare sulle tematiche introdotte dall'avvento del web e dalla nascente sezione dell'interaction design, legata al mondo del multimedia. Ti sto parlando del periodo attorno al 1995-96. In realtà mi interessava e mi interessa anche la scena dell'Inghilterra e quella dell'Olanda.
Per quanto riguarda gli americani, forse la mostra *Pacif Wave* mi ha dato la spinta per essere più curioso verso di loro, uscire dalla mia comfort zone e in generale ad occuparmi degli aspetti più culturali della mia professione. Difatti ho organizzato tante mostre e conferenze anche con la scusa di insegnare all'università, insomma per me non è stata solo una questione di ricercare novità o fenomeni all'avanguardia. Se la disciplina del graphic design la consideri come un cerchio chiuso rimani dentro questo cerchio, invece per me il design è comunicazione, quindi la vedo come un'opportunità di dialogare con mondi diversi, allora in questo modo si apre tutto un sipario.

P. Secondo lei, quale era il panorama della grafica italiana negli anni Ottanta? E che reazione hanno avuto i progettisti grafici ai cambiamenti attuati dall'avvento del computer?

C. In Italia in quel periodo si assisteva agli ultimi anni della grande storia del design italiano, agli strascichi dell'*International style*, degli ultimi e tanti epigoni di Massimo Vignelli e Bob Noorda, che nel passato avevano fondato queste grandi agenzie, come l'Unimark International. Secondo me, lo scenario italiano era frammentato in due: da una parte c'era Milano e dall'altra le province. Nel Triveneto c'era un'importante comunità di progettisti e contemporaneamente in quegli stessi anni si assisteva alla diffusione della grafica di Pubblica Utilità, di cui ricordo la Biennale di Cattolica del 1984, manifestazione legata di più alla scena politica dal punto di vista del segno e, a mio parere, con un livello qualitativo parecchio brutto. Questo differente modo di intendere il graphic design non era fortemente ed esclusivamente dedicato alla professione secondo la prassi o l'attitudine promossa e portata avanti da Vignelli. Diversamente dall'altra parte c'erano i grafici che provenivano dall'esperienza sperimentale degli anni Settanta. Forse l'avvento del computer è stato interessante su come ha agito sulla duplicità della scena italiana, ossia sul come ha tagliato di netto le due scie, le due eredità. Forse il design milanese stava conoscendo un periodo di decadenza e questa nuova opportunità ha davvero cambiato tutto, pure le modalità del processo oltre che le tecniche, modificando persino la composizione gli studi che lentamente si sono trovati costretti a ridurre il personale, da trenta unità a due/tre dipendenti. Il computer ha sicuramente reso democratico questo mestiere, in modo tale che tutti potessero maneggiare gli strumenti del graphic designer, ma ovviamente non tutti lo sapevano fare. Così storicamente è stato interessante vedere come l'avvento del computer ha suddiviso queste parti, queste fazioni. Il design come disciplina di élite fatta da persone con un potere economico è stato impoverito e reso più democratico e più fattibile dal computer. Come sai in Italia abbiamo una grande storia del design che negli anni si è prosciugata, questo logicamente dipende dall'intelligenza, dalla forza, dalla voglia delle persone e non dall'avvento del computer.

P. Nella mia ricerca è emerso un fenomeno significativo, ovvero un'alta concentrazione di progettisti grafici nelle aree periferiche del design, come Bologna, Modena o Firenze, che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a nuovi linguaggi visivi, interrompendo la tradizionale centralità milanese del design. Secondo lei, cosa ha reso possibile questo decentramento?

C. No credo proprio che sia avvenuto questo decentramento, anzi Milano restava la città di riferimento per la grafica. Qui nel Triveneto o lavoravi con la committenza pubblica, quella delle amministrazioni comunali, oppure dovevi spostarti su Milano. Semmai oggi si può parlare di Milano come la capitale indiscussa del design, anche se in molte altre città più piccole accadono cose interessanti.

P. Cosa ha significato organizzare una mostra itinerante come quella di David Carson?

C. Prima l'ho fatta a Venezia, dopo Milano e poi Roma. Quando ti occupi di questi eventi, come *Pacific Wave* – ero abbastanza giovane avevo trent'anni –, resti segnato, avevo un primato e quindi avevo anche più voglia di condividere con gli altri. Alla fine mi è stato riconosciuto un ruolo di promotore di questi fenomeni sperimentali e così guardando libri, riviste e segnalazioni da parte di amici, qualcuno mi ha segnalato la rivista *Beach Culture* che rispetto a tutto ciò che si produceva nel resto del mondo era di una stranezza inaudita. Carson era di fatto un personaggio, ormai è sparito, lui non era un grafico, ma un artista. Difatti il computer per lui non era necessario, lo usava senza forma, idea, un po' come la Greiman, prendeva i caratteri, li tagliava. L'ho visto all'opera per progetto commissionato da Giorgio Armani ed è stato incredibile constatare che non aveva il concetto di messa in pagina, era tutto libero. Abbiamo fatto tre mostre e una serie di workshop con lui legati proprio all'evento di cui mi chiedi.
Non centra nulla con la mostra di Carson, ma mi sono appena ricordato che per la mostra di *Pacific Wave*, la copertina del catalogo era stata progettata da John Hersey, il manifesto da April Greiman e il gruppo Benetton era stato lo sponsor principale e quindi avevamo tutta una serie di magliette disegnate da Hersey.

P. Dalle testimonianze degli altri progettisti grafici intervistati è emersa un'altra interessante sollevata dall'avvento del computer, ovvero come sia cambiato la gestione degli aspetti tipografici dei progetti, diventando più diretta e autonoma. Che cosa ne pensi? Si riconosce in questo?

C. Non sono mai stato un appassionato dei caratteri, quindi no, non ha modificato il mio rapporto con questa parte del progetto. Mi piace naturalmente, in fondo faccio il grafico di mestiere, però per me è più importante il contenuto piuttosto che il contenitore, quindi non sono un fanatico, certo non farei mai una segnaletica con il carattere Bodoni. Mi affascina la tipografia, ma non disegnerei mai un carattere.

P. Visto che si è occupato tanto dei vari aspetti culturali della graphic design, consultando diversi articoli di Carlo Branzaglia emerge la tesi che i progettisti italiani più vicini all'ambiente delle sottoculture usavano espressioni simili alla grafica New Wave inglese. Quindi le chiedo se secondo lei si può realmente parlare di una grafica New Wave italiana?

C. In Italia i casi che ci sono stati mi sembrano tanto un'operazione di scimmiottamento, quindi direi di no. L'area geografica dell'Emilia Romagna, tra cui le città di Modena e Bologna sicuramente avevano e hanno un certo tipo di cultura visiva moto diversa dalle altre regioni, ma non parlerei di New Wave. Alessandro Jumbo Manfredini, l'agenzia Sartoria e molti altri sono stati capaci, così come anche i gruppi musicali di quegli anni, di ricreare qualcosa di simile. Secondo me, in Italia abbiamo avuto Mario Convertino che era attento a quel tipo di linguaggio. Convertino è il più New Wave di tutti i grafici italiani, anche il primissimo lavoro di Francesco Messina, i suoi primi progetti erano molto più sperimentali. La musica sicuramente ha influenzato tantissimo queste generazioni. Per quelli della mia generazione, Convertino è stato un altro importante punto di riferimento, perché lo scenario italiano era così composto, da una parte c'erano i milanesi e dall'altra quelli di grafica della Pubblica Utilità e poi Convertino, il suo era un altro mondo ancora.

P. I progettisti grafici italiani operativi negli anni Ottanta e Novanta erano consapevoli di ciò che stava accadendo all'estero in quel preciso momento?

C. Zero.

P. Secondo lei, quali sono le ragioni di questa disattenzione verso lo scenario internazionale?

C. Mancanza di curiosità, di cultura, di conoscenza professionale. Forse anche un po' di provincialismo, quello brutto. È sempre una questione di cultura, la grafica rappresenta molto bene il Paese e in quegli anni era un Paese isolato e chiuso. Ora sto facendo un lavoro sulla rivista *Imago* e la città di Milano negli anni Sessanta, come pure lo stesso Antonio Boggeri, erano molto più aperti dei graphic designer degli anni Ottanta e Novanta. Per esempio, in passato hanno lavorato in Italia diversi progettisti internazionali, come Deborah Sussman a Milano oppure Milton Glaser, perché venivano da noi per imparare, perché esisteva una generazione di progettisti illuminati. Forse noi, la mia generazione intendo, non siamo stati capaci di costruire grandi maestri, forse il mondo si era allargato oppure un'altra motivazione era la mancanza di fame, di sete di conoscenza e di conseguenza la necessità di fare questa porfessione. I grafici sono umani, ci sono quelli intelligenti e quelli stupidi, la maggior parte forse sono stupidi. Non saprei individuare bene

le ragioni, forse anche il benessere economico, era ovvio che finita la guerra l'Italia doveva reinventarsi, quindi c'era molta più voglia anche di scambio tra intellettuali, artisti, pittori, più in là via via questa dinamica, a mio avviso, si è completamente persa. Inoltre nel Belpaese c'era anche un altro grande problema culturale, ossia molti grafici italiani non parlavano una parola di un'altra lingua, oltre a non essere interessanti a livello qualitativo. Quindi non eravamo in grado di competere bene lo scenario dell'Inghilterra, dell'Olanda e degli Stati Uniti e rispetto a queste grandi nazioni, ci trovavamo indietro come d'altronde anche altri paesi europei come la Spagna e un po' meno la Germania. Le nazioni guida sono sempre state quelle e lo sono ancora, la cultura visiva contemporanea è olandese, inglese o americana soprattutto aldilà di alcune contingenze.

P. Secondo lei, la mancanza di scuole o corsi, comunque di un percorso formativo, ha influito su questo ritardo cognitivo?

C. Non so se sono in grado di risponderti molto velocemente, però se le scuole sono queste allora poco. Le scuole sono molto importanti, perché sono il luogo del dibattito e delle conoscenze. La grafica italiana ha avuto grandi maestri, ma non ha mai avuto un luogo preciso dove si potesse discutere, ancora oggi le scuole non brillano molto. La scuola dovrebbe essere un luogo dove costruisci una cultura, anche nei lavori di ricerca, tutt'ora c'è una differenza tra il dottorato dell'architettura e quello di design, quest'ultimo ha avuto la mancanza di una storia della disciplina, in termini critici a lungo andare si avverte. Infatti la mancanza di vere scuole di design, non professionisti o maestri, ma scuole come luogo di incontro discussione e critica hanno influenzato e tutt'ora influenzano la capacità di discussione critica dei modelli. L'Italia ha vissuto una sua peculiare capacità di fare le cose e conserviamo ancora una diversità italiana notevole, ma serve qualcuno che ci guidi, modelli, formi e indirizzi, insomma serve discuterne. Il fatto che siamo ancora tanto legati alla storia, che certo è molto importante, però bisogna guardarsi intorno, la storia è un modello per la contemporaneità non soltanto di segno, infatti quando chiedo ai miei studenti di nominare un grafico italiano, mi viene ancora menzionato Bruno Munari, che certo è molto importante, ma ce ne sono tanti altri.

P. C'è un progetto rappresentativo del suo approccio progettuale e dei linguaggi usati negli anni Ottanta e Novanta?

C. Non saprei dirti. Io ho abbandonato, mi piace sempre disegnare, ma non mi occupo più di grafica, ho ricoperto soprattutto il ruolo di art director, conoscendo questa gente molto più brava di me, molti dei miei lavori sono stati fatti in collaborazione o assegnati ad altri. Quindi è difficile dirlo, io sono molto contento del mio percorso, ho fatto il curatore, l'illustratore, il grafico, l'art director. Non mi sono mai occupato di cose specifiche, tipo Leonardo Sonnoli che è bravo a progettare manifesti, io invece mi sono occupato di più cose in quegli anni. Adesso sto tentando di fare un libro che mette insieme un po' tutti i miei lavori e le iniziative che ho curato: i manifesti, le mostre, gli allestimenti. Non ho una qualcosa che mi definisce in modo specifico. La mia autorialità sta proprio in questo, nella diversità delle cose che faccio, il curatore, il grafico eccetera.

▶ **Venezia**
24.06.2020

P. Rieccoci di nuovo qui a distanza di un anno con nuove domande utili a comprendere alcuni fenomeni che ti hanno visto protagonista negli anni Ottanta e Novanta. In particolare mi interessa la sua attività di curatore delle iniziative tenute a Palazzo Fortuny per il Centro di Documentazione. Come sei venuto in contatto con la realtà culturale veneziana?

C. Le prime cose che ricordo erano le iniziative/workshop *Fortuny Graphics* e la primissima mostra organizzata per loro, ovvero *Pacific Wave*. Mi sono avvicinato alla realtà culturale di Palazzo Fortuny, perché ho fatto l'assistente per la mostra fotografica *Venezia '79 la fotografia*, dove ho anche frequentato diversi workshop coi fotografi sempre all'interno della stessa manifestazione. A un certo punto mi sono ritrovato a fare l'assistente per conto di Palazzo Fortuny e ho iniziato a frequentare un corso prima con Armando Testa e poi con Oliviero Toscani. Spesso mi sono occupato di fare il mediatore tra Palazzo Fortuny e gli autori che venivano a fare i workshop, così ho iniziato ad avere più confidenza con loro. Finché mi hanno chiesto, non ricordo nemmeno come, di curare le mostre del settore dedicato alla grafica, nuovo ambito inserito negli intenti del Centro di Documentazione istituito da Sandro Mescola e Silvio Fuso.
Ho iniziato a collaborare con loro nel 198, quando già lavoravo con Giulio Cittato e con Massimo Vignelli, dai quali avevo tratto le mie idee sul graphic design, poi a un certo punto ho trovato il numero della rivista *Idea magazine* che ho trovato molto interessante. Era il 1981-82, la rivista aveva in copertina qualche lavoro o la foto di April Greiman, nello specifico si tratta del numero 179. All'interno di questa rivista avevo visto della grafica fino ad allora a me sconosciuta, c'erano soprattutto progetti con un uso diverso della tipografia, del colore, con il chiaro intervento del computer, erano tutte cose per me sorprendenti. Una grafica completamente diversa rispetto a quella milanese e all'impronta di Cittato, i colori erano più pastello e per fortuna è arrivato il computer successivamente. Nel 1985 ho iniziato a organizzare la mostra *Pacific Wave* con Roberto Barazzuol, allora collaboravo con lo studio di Franco Giacometti, quindi ero abbastanza vicino alla realtà aziendale di Benetton che mi aveva dato forse 5 milioni di lire per comparire come sponsor principale della mostra. Io in cambio gli ho dato i disegni delle magliette realizzate da John Hersey. Così ispirato da April Greiman "the thing of many things" avevo fatto il catalogo in un modo diverso, avevo affidato la copertina a un progettista, le pagine a un altro, così tutto era diverso. In accordo con John Hersey e John Casado abbiamo ideato qualcosa che non restituisse l'idea di un'immagine coordinata, anzi era molto scoordinata, come risposta a quelle immagini ipercoordinate del periodo, a ogni progettista è stato affidato un artefatto grafico diverso, a uno il flyer, a un altro il poster, eccetera. Le pagine non sono tutte impaginate da me, avevo progettato forse solo l'ultima

pagina della copertina, il resto invece era tutto diverso. Era uno dei primi lavori significativi che ho realizzato nella mia vita, iniziando a lavorarci su dal 1984, anche se la mostra però si è svolta nel 1986.
Ricordo ancora la resa grafica del manifesto della mostra progettato dalla Greiman, metà realizzato in analogico, metà in digitale con il primo modello *Macintosh*, fatto in scala 1:1 sui cartoncini Schoellershammer.

P. Da cosa nasce l'idea di organizzare workshop sulla grafica all'interno della programmazione del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny?

C. In realtà la struttura aveva già ospitato diversi laboratori precedentemente a quelli curati da me. Inizialmente loro organizzavano prevalentemente workshop di fotografia, quindi a un certo punto avevano sentito l'esigenza di spostarsi verso altre discipline della sfera delle arti applicative, in cui Palazzo Fortuny aveva una forte tradizione.
Questa necessità non è poi così casuale, perché molte delle attività di Palazzo Fortuny erano state anche sostenute dai corsi di design di Giuseppe Mazzariol che lui teneva all'UIA – Università Internazionale d'Arte. Io avevo fatto un corso con Bruno Munari proprio all'UIA, quindi io vengo da quel tipo di formazione, non ho mai studiato grafica. Tutto ciò che ho imparato è stato dentro la sede di Palazzo Fortuny. Purtroppo ormai, secondo me, manca un tipo di istituzione che svolga il ruolo di diffusore della cultura visiva così come lo è stato Palazzo Fortuny in quegli anni. Era una realtà culturale molto libera, creativa e soprattutto con una nuova prospettiva nell'osservare i fenomeni contemporanei. Il neonato Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny ha avviato il suo lavoro occupandosi della fotografia, poi dei vari media, e un po' com'è stato per certi aspetti anche per la programmazione di Fabrica, ogni tanto organizzavano qualche mostra sui gioielli o gli oggetti, e dopo c'è stata la mia mostra. Loro sono stati lungimiranti sull'avvento del digitale e la trasformazione della tecnologia, analizzando proprio il passaggio da quella elettronica a quella digitale in diversi ambiti, soprattutto in quello artistico. Per la rassegna *Opera totale* ricordo che con il mio studio ci siamo occupati della progettazione dei cataloghi, utilizzando una carta differente e colorata per ogni settore.

P. Quindi haa iniziato a collaborare con la realtà del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny, perché la direzione aveva deciso di aprirsi ad altri ambiti disciplinari?

C. Sì, essenzialmente sì. Un po' alla volta loro si sono occupati di diversi ambiti legati alle arti applicate da cui principia alla lontana di design, quindi dagli oggetti e i gioielli si sono spostati prima sulla grafica e poi sul multimediale e tutto ciò che aveva a che fare con gli aspetti tecnologici della comunicazione, anche grazie alla figura di Maria Grazia Mattei. Il Centro di Documentazione è stati pionieristico in quegli anni. Sarebbe davvero interessante fare una pubblicazione sul lavoro del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny, loro ne sarebbero molto contenti.

P. Dall'organizzazione del primo workshop *Fortuny Graphics*, sono passati sei anni e ci ritroviamo nel 1992, quando organizza la seconda edizione di questa manifestazione. Perché sono trascorsi diversi anni tra la prima e la seconda edizione?

C. Sono passati sei anni, perché la gestione del Centro di Documentazione ha subito qualche importante cambiamento e inoltre in questo arco temporale ho realizzato molte altre cose, come nel frattempo ulteriori workshop. All'epoca come oggi è importante trovare la struttura per ospitare tali eventi. Nonostante l'assenza di attività pertinenti al graphic design, comunque ho seguito con lo studio Camuffo tutta la comunicazione della programmazione di Palazzo Fortuny, ho sempre progettato i loro manifesti.

P. Passando ad un'altra manifestazione organizzata da lei sempre nel territorio veneziano, ossia *Zuppa Digitale*, di che cosa si trattava e con chi hai collaborato?

C. In *Zuppa Digitale* ho curato tutto, la comunicazione e tutto il resto. Erano state organizzate due edizioni, la prima nel 1996 il cui manifesto era stato progettato da Ed Fella e la seconda del 1999 il poster recava la fotografia del piatto, ma ricordo poco dei suoi contenuti. *Zuppa digitale* si è svolto principalmente in studio per lo meno i workshop, invece i convegni si sono tenuto uno al Cinema Corso e l'altro all'arena di Parco Bissuola a Mestre, quindi questa volta abbiamo coinvolto non solo l'isola, ma anche la terraferma. In una delle due edizioni aveva partecipato anche Bob Stein, il primo a portare il cd rom, oltre a tanta altra gente presente. La rassegna si svolgeva in due o tre giornate, sinceramente non ricordo più bene. Se ritrovi le date di *Zuppa Digitale* è stato divertente, perché la scena della grafica veneziana, ma anche quella italiana era ancora sotto l'ultima scia della grafica milanese, quindi quella dell'Unimark International e di Salvatore Gregorietti, in particolare a Venezia c'era ancora Giulio Cittato e Sandro Zen, insomma ti parlo di un ambiente abbastanza chiuso, quindi queste cose sono risultate esplosive.

P. Secondo te, lo scenario della grafica italiana degli anni Ottanta è stato diverso da quello del decennio successivo?

C. Forse. Forse Milano iniziava a perdere la sua egemonia negli anni Novanta, ma questo fenomeno era anche cominciato un po' prima. Un grande peso nella decentralizzazione lo hanno avuto le istituzioni culturali, che avevano sostenuto la stagione della grafica di Pubblica utilità, per me è una vera e propria parentesi tragica della grafica italiana. Però se tu pensi, il problema di quegli anni è stato tutto un discorso politico sostenuto dalle politiche di sinistra, ad esempio nel 1974 a Venezia c'era un assessore della cultura molto aperto, un po' il corrispettivo della scena romana, dove la sinistra aveva contribuito all'organizzazione della rassegna Estate romana e quindi per promuovere tutte queste manifestazioni sono sbocciati tantissimi studi, a Venezia lo studio Tapiro e un po' io, a Udine Francesco Messina e Ferruccio Montanari, a Firenze Stefano Rovai, Andrea Rauch e in parte anche Gianni Sinni. Tutti questi essendo più giovani, anche se non è completamente vero, erano quelli più propensi a lavorare per la politica sinistra.
Mario Convertino ha lavorato con un gruppo Occhio Magico, come la Greiman lavorava un po' col computer e un po' a mano, ma i loro sono due ambiti diversi. Convertino è stato bravo, ma Greiman era molto più sofisticata, quindi non li paragonerei. Come per la sigla del programma *Mister Fantasty* condotto da Carlo Massarini la grafica era molto più informale quindi come un segno di apertura, inoltre lavoravano sulla musica negli stessi anni in cui c'era la figura di Gianni Sassi.

P. L'ultima manifestazione di cui vorrei chiederle maggiori informazioni è *Opera Totale*, tenuta soprattutto negli anni Novanta. Chi è stato l'organizzatore dell'evento? E qual è stato il tuo ruolo?

C. Oddio, non ricordo, non è quella di Maria Grazia Mattei? *Opera totale* forse è ciò che abbiamo fatto anche in collaborazione con Fabrica, ma non centra la grafica. Ha a che fare più con la musica e le arti performative. Tra gli ospiti invitati c'erano diverse professionalità dai musicisti agli esperti di video, dai fotografi ai primi web designer, era stato davvero divertente. *Opera Totale* era per l'appunto un'opera messa in scena al teatro Toniolo di Mestre, dove i performer seguivano un canovaccio e gli studenti, suddivisi in diversi gruppi, lavoravano con i diversi ambiti: la musica, il video, la fotografia o il multimediale; il risultato è stato un lavoro bellissimo, o magari lo era l'idea.

Chiara Caproni

progettista grafico e firmataria di *Ugo*, bollettino Aiap Lazio
▶ via telefono //
06.07.2020

P. Cosa vi ha spinto all'ideazione del bollettino *Ugo*?

C. La rivista *Ugo* nasce come tentativo di creare un filo d'unione tra i vari soci Aiap della delegazione Lazio, con un intento molto semplice – non perché i soci del Lazio li reputavamo stupidi –, ma fondamentalmente perché avevamo colto in questa esigenza la necessità di essere meno pomposi, caratteristica che causava uno slegamento tra le persone che lavoravano e che avevano anche voglia di incontrarsi e la realtà associativa. Nella realtà Aiap qualsiasi iniziativa o qualsiasi proposta doveva sempre passare al vaglio di una serie di persone molto autorevoli, ma spesso lontane dalla realtà lavorativa quotidiana o, come allora ci sembravano, che tendessero ad allontanare la loro posizione dagli aspetti lavorativi effettivi. Era un periodo in cui si pensava che la grafica avesse un ruolo dal forte contenuto culturale, in cui io credo ancora, ma che obbiettivamente poi si è perso a livello sociale. Quindi ritornando a ciò che dicevo prima, questo atteggiamento di portare avanti la cultura faceva si che tutto ciò fosse meno elaborato non trovasse adeguato spazio all'interno della delegazione. Quindi da qui la necessità di ideare uno strumento di unione semplice, tant'è vero che il nome della rivista *Ugo* nasce da una riflessione fatta, se avessimo dovuto metterci a pensare un nome opportuno per tutti o adeguato ai contenuti che avevamo in mente, non saremmo giunti a una scelta. Così abbiamo fatto riferimento alla citazione del buon vecchio Massimo Troisi nel film *Ricomincio da tre*, in cui diceva che se "tu devi avere un figlio che si chiama Massimiliano, prima che lo nomini, questo se n'è già andato. Se invece tu lo chiami Ugo lui non fa in tempo ad allontanarsi." A onor del vero la rivista *Ugo* inizia la numerazione dal numero tre, sempre in onore del film.
Con un'assoluta allegria questo gruppo di quindici persone si ritrovava costantemente portando con sé i pasticcini e il tè, infatti si discuteva mangiando e si tirava fuori questo notiziaretto, il cui lo scopo era quello: di raccogliere più informazioni possibili sui concorsi e gli eventi in corso nel Lazio – senza aspettare le comunicazioni dall'Aiap spesso incomplete e in ritardo rispetto alle date di scadenza –; di coinvolgere tutti nella proposta di contenuti, anche raccontando semplicemente le proprie esperienze professionali; di conferirgli una connotazione leggere e poco formale attraverso alcune rubriche. Una rubrica importante è stata *Approcci*, una doppia pagina, una sezione monotematica che di volta in volta affrontava argomenti differenti, dove ognuno di noi tirava fuori piccoli contributi, perché *in primis* nessuno di noi era in grado di affrontare questioni altamente culturali e poi non avevamo molto tempo a disposizione.
Ma soprattutto noi volevamo restituire un senso di leggerezza, di fatti, nell'ultimo numero il diciannovesimo, più propriamente il sedicesimo pubblicato – bisogna contare tenendo presente la questione del primo numero indicato con il tre – la rubrica *Approcci* affronta la tematica dell'addio, ovvero i saluti dei firmatari di *Ugo*. Credo che terminammo così perché non ce la facevamo più a portarla avanti.

P. Parlando di aspetti produttivi e progettuali, come avete realizzato il bollettino *Ugo*?

C. Rispettando il desiderio di semplicità, Ugo era interamente realizzata in casa, ossia progettata con un piccolo computer Mac di cui allora disponevamo tutti e veniva stampato in ciclostile. Infatti la sua veste grafica è stata pensata appositamente per questo tipo di riproduzione, ragionando più sulla singola doppia pagina che sul progetto editoriale complessivo. Pur essendo progettato e realizzato con il computer, di fatti era ideato per una stampa di tipo analogica, in una modalità e in un formato che ci permetteva di riprodurlo in più copie mediante la fotocopiatrice. Questa necessità nasceva dalla quasi inesistenza di fondi e dal numero ridotto di copie da riprodurre, per la maggior parte distribuite esclusivamente ai soci del Lazio eccetto per l'unica spedita a Milano in sede centrale, che non credo abbiano conservato.

P. Quando è avvenuta la pubblicazione del primo numero, ossia il numero 2? Che tipo di periodicità siete riusciti a dare al bollettino?

C. Gennaio 1993. Era un mensile, ma prendendo in mano il numero 4 mi accorgo soltanto adesso che è stato pubblicato a marzo. Credo che questo dipendesse dal fatto che avessimo vissuto questa esperienza in assoluta libertà, anche se successivamente abbiamo provato a impegnarci nel rispettare la periodicità, ad esempio a maggio dello stesso anno sono stati pubblicati due numeri. Teoricamente la rivista Ugo sarebbe dovuta uscire mensilmente. Riguardandolo oggi mi accorgo che non avevamo scoperto l'esistenza degli apostrofi corretti tipograficamente sul computer, neanche degli em dash.

P. Invece quando è avvenuta la pubblicazione del numero 19?

C. Settembre 1994.

P. Chi sono stati i progettisti firmatari del progetto *Ugo*?

C. Risposta difficile, oltre me tra quelli che ricordo c'erano: Claudia Ciarlantini; Massimo Brillo; Raffaele Cervasio; c'era pure un certo Andrea, ex segretario della delegazione Lazio. Non c'è scritto da nessuna parte chi eravamo, nel colophon della rivista ho soltanto trovato la dicitura "a cura del cosiddetto gruppo di ricostituzione della delegazione Lazio". Poi ricordo di: Bruno Bucci; Cristiana Giovannini; Adriano Bartolucci Proietti; Ezio Bocci; Renato Quinto; Giuseppe De Gregori; Mauro Zennaro, un calligrafo. C'erano anche altre persone, ma purtroppo li non ricordo più bene. Quello che ricordo è che attorno alla rivista orbitavano anche diversi personaggi che hanno collaborato con noi fornendoci qualche piccolo contributo, tipo Michela Papadia e Gemma Fiorentini, due progettiste romane molto conosciute e più adulte di me, nonché le uniche – forse – donne nel panorama della grafica romana degli anni Ottanta e Novanta. Anche Daniele Turchi lavorò con noi più volte nonostante non facesse parte del gruppo dei firmatari. È anche difficile ricordare tutt'e quindici i nomi, perché *Ugo* è nato in un clima informale, avevamo bisogno di uno strumento o una scusa per mettere in moto le energie propositive in contrapposizione agli organi più istituzionali e ufficiali dell'associazione, come ad esempio lo era la rivista *Progetto Grafico*. Nonostante l'Aiap sia stata ed è tutt'oggi l'unica associazione o ente che tutelava e tutela la professione del progettista grafico, non sempre è riuscita a dar voce a tutti.

P. La rubrica Approci del numero 8 si intitola I*l computer: "strumento rivoluzionario"?*, dove si affrontano le questioni relative all'introduzione del computer nella professione. Questo è stato l'unico momento in cui avete affrontato la questione e per quale motivo non ci sono molti altri approfondimenti a riguardo?

C. Effettivamente questa questione è stata affrontata soltanto nel numero da te indicato. Questa mancanza credo dipenda dal tono 'scanzonato' con cui abbiamo affrontato l'idea della rivista nella sua totalità.
Ti racconto questo aneddoto riguardante me per farti capire che rapporto avevamo con la strumentazione digitale. Il mio primo computer che credo risalga al 1989, attorno a esso, uno dei primi modelli di Mac, avevo ricreato una postazione con una stampantina A4 solo per il nero, uno scanner sempre A4 in bianco e nero e uno schermo, un monitor di 19 pollici che all'epoca non era facilmente abbinabile al Mac. Per farti capire meglio l'onerosità di questa strumentazione, che ora potrebbe apparire misera, il tutto mi costò cinquanta milioni di lire. Il costo, a mio avviso, condizionò molto l'approccio dei progettisti grafici italiani verso il computer.

Mauro Carichini

progettista grafico
▶ via Skype
04.08.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

C. Allora io sono originario di Rimini, ma ho frequentato il liceo artistico a Ravenna e poi un corso biennale di grafica molto indirizzato, come penso tutti i corsi di grafica, verso un'educazione più moderna e tecnica rispetto a quella accademica. Questo aspetto pratico mi è subito interessato, contribuendo alla decisione di cimentarmi in questo tipo di mestiere, inoltre mi era sembrato qualcosa di molto inserito nella società. Guardandomi indietro mi rendo anche conto che disegnare caratteri è sempre stato un mio interesse, sin da quand'ero bambino sono stato attratto dalle forme delle lettere. Terminata la mia formazione, ho lavorato a Rimini, ma presto mi sono stancato dei limitazioni dell'ambiente così ristretto e ho deciso di trasferirmi a Londra, da lì ho iniziato a lavorare con il computer. In realtà utilizzavo già il computer quando stavo ancora a Rimini, soprattutto per realizzare i mockup. Altrimenti lavoravo ancora con la fotocomposizione, ovvero le tipografia su pellicola fotografica, dove riproducevi strisciate di testo composto utilizzando i pochi caratteri a disposizione. Pellicola sviluppata in appositi service, parlo di un tempo in cui non esisteva nemmeno il dischetto, dove stampavano i testi che si utilizzavano successivamente negli esecutivi cartacei. Quindi si parla degli anni della transizione dall'analogico al digitale.

A Londra la situazione era differente, ho avuto invece la fortuna di trovare un lavoro in uno studio, dove si lavorava già attivamente col computer, quindi ho potuto cimentarmi con i programmi di base, da FreeHand a QuarXpress a Photoshop.
Per quanto riguarda la tipografia, io avevo già iniziato a disegnare caratteri con inchiostro e pennino, poi ho proseguito utilizzando il computer che mi ha dato l'opportunità di creare caratteri in maniera più veloce ed efficace. Quindi ho iniziato a giocare con caratteri esistenti, spesso anche ridisegnando caratteri che avevo già disegnato all'inizio appunto con il programma FreeHand. Conclusa l'esperienza a Londra sono andato a lavorare a Milano, molti dei miei amici si erano già trasferiti lì e quindi avevo la mia compagnia di romagnoli in città. Lavorare a Milano è stata più una specie di ricerca personale.
In quel periodo ho iniziato a utilizzare il software Fontographer, qua siamo attorni ai primi anni Novanta, dove ho incominciato a disegnare tipografia digitale e a sperimentare. Dopodiché ho provato a proporre caratteri ad alcune fonderie e accettandoli li hanno distribuiti. Quel periodo lo ricordo come un momento di grande entusiasmo. Soprattutto perché ho iniziato a disegnare caratteri per il display in maniera amatoriale e poi piano piano lavorando ho acquisito sempre più esperienza e precisione su vari aspetti, in particolare su ciò che comporta disegnare una famiglia di caratteri completa. Questa consapevolezza è stato un po' il principio e la fine della mia produzione tipografica. Ho lavorato principalmente su queste font soprattutto dal 1994 al 2000 per l'appunto quando ho iniziato a venderli, dopodiché li ho lasciati da parte perché è un ambito che comporta molto lavoro e poca retribuzione, quindi terminato il periodo di entusiasmo ho lasciato un po' perdere. Coi caratteri o ti pagano perché ti è stato commissionato oppure non si fanno chissà quanti soldi.
Dopo questa parentesi ho disegnato una font con Luciano Perdoni per *Tecno*, commissionata da uno studio esterno e quella è stata l'ultima cosa che ho fatto a livello professionale oltre ad altri esperimenti minori.

P. Si ricorda qual è stato il primo carattere interamente disegnato con il computer?

C. Il primo è stato *Baby Mine* distribuito da T-26, credo che lo puoi ancora trovare online, un carattere abbastanza modulare molto semplice. Di quello ho disegnato tre stili differenti sia per il peso che nelle varianti, regolare, bold e corsivo. A distanza di tempo mi rendo contro che specialmente i corsivi sono stati fatti in maniera abbastanza meccanica senza lavorarci troppo nel dettaglio.

P. Cosa ha significato per lei l'avvento del digitale nel campo del progetto grafico?

C. È stata un'opportunità immediata con la possibilità di realizzare caratteri in maniera molto più veloce ed efficace.

P. Prima ha menzionato che si è cimentato con il disegno di caratteri sperimentali, è stato influenzato da qualche type designer in particolare?

C. Sì, assolutamente. Neville Brody è stato il designer che più mi ha ispirato, intendo che ero davvero cosciente del suo lavoro e pertanto è stata un'influenza molto diretta, tanto da imitarlo quand'ero un giovane ventenne. Brody ha iniziato a lavorare negli anni Ottanta, quindi cosa facevo, compravo la rivista *The Face* e cercavo di replicare i suoi caratteri, il che era semplice dato che erano composti da forme geometriche. Poi guardavo altri type designer più *established* che lavoravano per esempio per il quotidiani *New York Times* e quindi ho provato a cimentarmi anche con caratteri per un testo editoriale che doveva essere letto.
Vivendo in una città di provincia le percepivo come opportunità molto lontane dalle mie possibilità, soltanto quando mi sono trasferito prima a Milano dopo Londra e poi di nuovo a Milano, ho iniziato a sentire quello scenario lì più vicino, come se fosse più a portata di mano.

P. Oltre a Neville Brody, quali sono stati i suoi riferimenti culturali rispetto allo scenario della grafica internazionale? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito a formare il suo bagaglio culturale.

C. Nel periodo in cui ero a Londra sicuramente sentivo l'influenza visiva della rivista *Emigre*, soprattutto nell'ambito del type design. Pur progettando caratteri tendenzialmente modulari, a mio avviso *Emigre* è stata sicuramente un passo avanti, rendeva accessibile l'idea di disegnare caratteri del genere e facendomeli sentire non poi così lontani dal mie capacità e abilità. Non a caso, nelle pagine di *Emigre* si è tenuto un gran dibattito sulla tipografia digitale e il computer. Oltre alla rivista *Emigre*, anche il periodico *Octavo* è stato un altro esempio a cui ho fatto riferimento. Mi piaceva in particolare il suo minimalismo – certo non era una cosa nuova, ovviamente, conoscevo il Bauhaus e tutto il movimento modernista degli anni Venti e Trenta del Novecento – seppure l'estetica fosse contemporanea e non rivolta al passato, era estremamente minimale e modernista quindi conteneva un insieme di fattori che mi hanno sempre attratto molto. La caratteristica interessante era la sua uscita più sporadica, invece *Emigre* era trimestrale e ha avuto l'opportunità di creare un continuo dibattito grazie alle varie interviste a diversi designer contenute al suo interno. Semplicemente comprando la rivista mi sentivo parte del discorso, dei cambiamenti in atto. Credo che le riviste in generale servivano proprio a creare questo senso di appartenenza a una comunità, non so se adesso accade ancora. Invece l'uscita della rivista inglese è *Eye,* avvenuta poco dopo la chiusura di *Octavo*, credo fosse intorno al 1992, pur essendo molto interessante ha creato una comunità meno coinvolgente rispetto alle altre riviste, per quanto mi riguarda può anche essere un discorso legato all'età o in generale alle tematiche trattate, che iniziavano a essere ripetitive e generavano meno interesse. Comunque sia per me di grande impatto sono state *The Face, Octavo* ed *Emigre*.

P. Si ricorda quando ha acquistato il suo primo computer?

C. Ho comprato il primo computer a Milano, ricordo di aver acquistato un computer usato e da diverse persone. Per esempio, il monitor l'avevo comprato da un'amica che

lavorando negli studi grafici che si occupavano di editoria, nello specifico riviste, era in diretto contatto con la produzione dove si era iniziato prima ad utilizzare il computer. Così da lei ho comprato il monitor a un prezzo basso.
Per rispondere alla tua domanda mi occorre fare mente locale, allora trasferendomi a Milano nei primi mesi ho lavorato per la Swatch, ma mi hanno subito buttato fuori e credo che una volta fuori, ho comprato il computer per avviare la professione come grafico freelance. Dopodiché ho lavorato per un'agenzia in cui il focus era proprio sui computer, sulla nuova tecnologia. Effettivamente, prima che questa agenzia mi offrisse il posto, avevo già conosciuto il proprietario e finché non avevano preso una sede fisica, ricordo che andavo a lavorare nel suo appartamento per utilizzare il computer. Quindi mi sono sbagliato, non ce l'avevo ancora il computer, purtroppo ricordo tutto in maniera confusionaria, quindi non ricordo esattamente quando.
Di certo ricordo l'aspetto estetico del computer che acquistai ad un certo punto, era uno di quei tower color ghiaccio o beige con un monitor di quelli enormi. Chiaramente nel mio appartamento a Milano che, come sai sono molto piccoli, avevo creato una mia postazione che rubava molto spazio perché allora la strumentazione era enorme, ma funzionava come avrebbe dovuto.

P. Quando è ritornato in Italia, qual era il panorama della grafica italiana?

C. Interessante, avevo iniziato a conoscere un po' di persone, che successivamente sono diventati dei colleghi. Dunque, non ricordo esattamente come, sempre per giri di lavoro immagino, appena arrivato a Milano avevo i mio giro di amici, come me appena arrivati – faccio riferimento in particolare ai primi anni anni Novanta –. Fortunatamente a Milano ho subito iniziato a lavorare, si parlava di crisi, ma di fatto questa sarebbe arrivata soltanto dopo. Non a caso, tutte le persone del mio giro avevano trovato lavoro immediatamente, parliamo di un gruppo di sette/otto individui che facevano parte della mia compagnia dell'epoca.
Allora sullo scenario italiano faccio mente locale, mi ricordo che c'era la rivista *Linea Grafica* che evidentemente non era ai livelli delle riviste estere a cui mi ispiravo, ma conoscevo qualcuno che lavorava nelle redazione. Poi c'era uno studio Vitamina di Massino Pitis e Aldo e Giorgio Buscalferri, con cui ho collaborato durante il mio periodo da freelance – anche se il mio sogno era sempre stato quello di aprire un mio studio –, Vitamina mi ispirava perché era piccolo, ma attivo e molto contemporaneo. Sempre nel panorama milane-se c'era Silvia Sfligiotti che lavorava prima nello studio G&R Associati, mettendosi in proprio successivamente e anche lei faceva lavori contemporanei e interessanti. Nel frattempo Silvia ha iniziato a produrre il libro *La Grafica in Italia*, con Giorgio Fioravanti occupandosi nello specifico delle nuove realtà nazionali degli anni Novanta, e per questa ragione mi aveva chiesto di partecipare con dei lavori progettati sia da solo sia con il mio socio Stefano Domizi con il quale nel 1997 avevo aperto lo studio Limbo.
Credo che aver fatto parte di questo volume mi abbia fatto sentire più inserito nella generazione di designer contemporanei che stavano portando avanti un'estetica più internazionale, più attenta anche a confrontarsi con le realtà estere, quindi rappresentavamo qualcosa che non aveva più a che fare con il design passato, il quale nonostante tutto era ancora molto rispettato. Per quanto riguarda la vecchia guardia c'era per esempio Bob Noorda, uno dei pilastri dell'*International Style*, oramai percepito come qualcosa da superare. Ovviamente avendo lasciato l'Italia e vivendo a Londra per un periodo le connessioni non mi erano del tutto chiare, però questo era un il mio panorama italiano. Quando sono rientrato in Italia, essendo occupato di grafica per le riviste nella mia parentesi londinese ho continuato a farlo anche a Milano, e nel mentre ho iniziato a collaborare con Stefano, all'inizio come due freelance che condividevano i propri progetti l'uno con l'altro, molto probabilmente per questione di tempo. Dopo lavorando su diversi progetti abbiamo fondato il nostro studio continuando entrambi a lavorare da casa. Uno dei primi progetti significativi realizzati come freelance rientrato a Milano è stato quello editoriale di *Gapcasa* era una rivista di design degli interni, in realtà una rivista che promulgava informazioni interne per le aziende, allora diretta da Tamara Molinari, ex vice direttore della rivista *Abitare*. Quando la Molinari ha iniziato a dirigere il periodico, sebbene qualitativamente al di sotto della ben più nota Abitare, ha deciso di rivedere gli intenti e rilanciare *Gapcasa* con una rinnovata veste grafica. Lei costituiva una figura molto ispirante rispetto a quello che si poteva immaginare, quindi all'inizio era tutto molto stimolante e divertente perché sostanzialmente non c'erano limiti e mi lasciava campo libero a livello progettuale. Sono stato assunto come art director dopo che lei aveva revisionato il mio portfolio. Ho lavorato per la rivista soltanto per due anni, il tempo di vedere nascere la nuova identità, consolidarsi e poi tutto è diventato molto ripetitivo, soprattutto perché alla fine di questi due anni c'era stato un cambio nella direzione e piano piano tutto si è esaurito da solo. Ciononostante mi ha dato modo di progettare a mio avviso un bella mole di lavoro, di cui ero orgoglioso. Se osservi attentamente gli impaginati che ti invierò li troverai abbastanza sperimentali per quel periodo.
Dopo questa fase, appunto insieme a Stefano Domizi abbiamo aperto lo studio Limbo, cercando di mantenere i clienti separati e condividendo solo i lavori più grossi e importanti, diciamo che questa era politica del nostro studio. Nei primissimi mesi, come ti accennavo prima abbiamo lavorato ognuno nelle proprie abitazioni e successivamente la sala di casa mia è diventato il nostro studio. Lo studio è andato avanti per una decina di anni, i lavori ci venivano dati grazie al passaparola, nel contempo, durante periodi morti, ho continuato a disegnare caratteri e all'inizio degli anni Novanta c'è stata la collaborazione con Luciano Perondi. Da questa collaborazione ho capito che Luciano era un professionista molto più tecnico, con una conoscenza più approfondita della parte tecnica e una visione complessiva della forma delle font, molto più sofisticata. Perciò per me è stata davvero una collaborazione rivelatoria, sapevo che i miei caratteri non erano idonei per un testo corrente, non erano ad un livello primitivo e ingenuo, ma di certo meno sofisticate rispetto a quello di Perondi. Tra l'altro lui è andato avanti negli anni con la carriera da type designer, mentre io ho interrotto questa parte del lavoro.

P. Un aspetto significativo emerso da alcune mie interviste è che non tutti i progettisti grafici italiani avevano una consapevolezza di quanto stava accadendo all'estero. Avendo avuto diverse esperienze fuori dall'Italia, perché secondo lei i progettisti grafici italiani erano così consapevoli del dibattito internazionale di quegli anni?

C. Non sono così convinto delle affermazioni dei colleghi. Cioè, se prendiamo come esempi le figure di Silvia e di Luciano allora ovviamente loro erano molto consapevoli dello scenario internazionale, ma se penso per esempio alla rivista *Linea Grafica* e alla sua veste grafica decisamente no. Dal punto di vista progettuale erano scollati dalla contemporaneità, difatti anche la mia amica che ci lavorava non era consapevole delle potenzialità dei nuovi linguaggi. Anche dal punto di vista dei contenuti ciò che promulgavano mi sono sempre sembrate tematiche molto datate, sembrava di essere ancora negli anni Settanta come molti dei lavori dello studio G&R Associati. Invece, verso la fine degli anni Novanta, è stata ideata una sezione dedicata al graphic design nel periodico *Abitare*, intitolato *Lettera* pubblicato per circa un annetto o forse due, durante gli anni di direzione di Italo Lupi, con cui tra l'altro avevo anche lavorato.
Questo spazio nasce da un'idea di Massimo Pitis, abile nelle connessioni professionali, una vera e propria "connection machine", che aveva conosciuto Italo Lupi e gli aveva proposto una collaborazione all'interno di *Abitare*, cercando di mettere assieme i designer della vecchia generazione con quelli della nuova.
Piccola parentesi, pensando ad amici che hanno lavorato a Milano nel mio stesso periodo, mi viene in mente Stefano Tonti, adesso lui lavora a Rimini con varie istituzioni, e tra le tante cose, anche lui ha lavorato nello studio di Lupi. Tonti è un amico del liceo artistico e della scuola di grafica di Ravenna e ha cercato di venire a Londra, spostandosi dopo a Barcellona, città in cui ho vissuto anch'io senza lavorare, perché stavo attraversando un periodo di crisi esistenziale.
Ma tornando alla faccenda della sezione *Lettera*, Pitis in quell'annetto ha cercato di creare una redazione composta da amici e colleghi che evidentemente considerava fondamentali per portare avanti questo progetto. Il suo intento era quello di proporre una vetrina della grafica italiana ed europea contemporanea di quel periodo. La sezione era formata da circa 6/8 pagine in tutto, con sei articoli in doppie pagine. All'epoca non avevo molto materiale da pubblicare, però ricordo che comunque abbiamo messo una doppia pagina con le mie font e i miei progetti.
Chiaramente tutta questa nuova accessibilità alla grafica contemporanea è stato un prodotto di una rivoluzione sia commerciale che culturale.
Lettera è stata una breve esperienza, all'incirca un anno, perché non c'erano i fondi, io lavoravo gratuitamente nella redazione, come altri, ed era evidente fossimo mossi dalla passione. Il nostro gruppo si occupava nello specifico di individuare i progettisti o le tematiche da trattare, svolgendo delle ricerche sul web – attivo da qualche anno –, poi ci confrontavamo e capivamo cosa inserire nelle doppie pagine, quindi non ci occupavamo nello specifico della ricerca iconografica né della stesura dei testi che venivano redatti da altri professionisti. Per quanto riguarda la veste grafica inserivamo elementi visuali che sentivamo contemporanei, caratteristica che abbiamo poi sempre cercato di individuare anche nelle figure trattate, come per gli esempi degli articoli sull'illustratore

turco o su una mia amica romagnola. Anche Silvia Sfligiotti ha scritto qualche articolo per *Lettera*, ma lei non partecipava mai alle riunioni della redazione.
Con noi c'erano Sergio Menichelli e Barbara Forni dello studio FM, Lucio Lazzaro dello studio di Leftloft e varie persone che andavano e venivano, all'epoca tra i tanti c'era anche Daniele Barbiero che si occupava del progetto grafico, ma dopo è andato via. Inoltre l'ultima pagina di *Lettera* presentava una sorta di agenda, in cui venivano indicati gli eventi, le manifestazioni e i concorsi inerenti al graphic design. Poi graficamente ogni numero recava in copertina una la diversa lettera dell'alfabeto interpretata tipograficamente, insomma questa era *Lettera*.
So che non centra niente con la domanda, ma ho preso parte nel 2002 a un'altra esperienza internazionale, l'edizione italiana di ATypI a Roma, dove venne presentata durante il convegno di uno delle due giornate la delegazione italiana formata dai type designer emergenti, tra cui c'era anche Luciano Perondi.

P. Dato che è originario di Rimini ed è rimasto in contatto con diversi suoi ex colleghi, rispetto alla comunicazione visiva dei club notturni della riviera romagnola, conosce qualcun altro che se n'è occupato oltre Stefano Tonti e Alessandra Morcella?

C. Maddalena Fabbri, tra l'altro ha una feature nella rubrica *Lettera*. Lei ha lavorato per l'identità visiva del Cocoricò, una famosa discoteca di Riccione. Tramite Maddalena ho fatto anch'io il grafico per i club, ma all'epoca non ho ricevuto una grande accoglienza. Lavorare in quel ambiente voleva dire avere grande stomaco, soprattutto per riuscire a reggere tutte le vicende legate ai personaggi che ruotavano attorno alla scena del divertimento notturno, sarebbe una storia interessante da ascoltare e poi raccontare. Per quanto riguarda Tonti, sì, lui ha lavorato per le discoteche prima di trasferirsi a Milano e ha progettato alcuni lavori underground molto interessanti, collaborando persino con Tommaso Giovanni Garattoni. Ha collaborato con lo studio/collettivo Complotto Grafico di Rimini, uno studio molto piccolo e un'esperienza oramai conclusa.

P. C'è un progetto rappresentativo del suo approccio progettuale e dei linguaggi usati negli anni Novanta?

C. A parte essere lavori un po' datati, sicuramente il progetto editoriale di *Gapcasa*. Sempre nell'ambito della grafica editoriale tra le riviste includerei *Lime Lizard*, pubblicazione inglese sulla musica indipendente.
La storia di questa rivista è buffa e risale al periodo in cui sono ritornato a Milano. Dopo la recessione economica londinese degli anni Novanta che aveva colpito diversi studi, costringendoli a chiudere, compreso quello dove lavoravo tornai appunto in Italia e in questo periodo di mezzo, un mio amico mi aveva proposto di occuparmi di questa rivista dove lui lavorava. *Lime Lizard* era poco più di una fanzine, ma molto sofisticata, con alcune pagine a colori e la maggior parte in bianco e nero. Pensa che la producevano attraverso la stampante a laser su un A4 e su tutte le pagine in bianco e nero c'erano soltanto testo e tipografia e qualche illustrazione al tratto. Se guardi, ci sono foto di pagine a colori e addirittura, se non erro, c'è una pagina pubblicitaria di un negozio per rettili, cioè la vendita di rettili per la casa come animali domestici. Per un numero avevo ideato una doppia pagina interamente tipografica a colori e avevo ottenuto tutta la quadricromia stampando un colore alla volta con la stampante laser, quindi prima ho realizzato una pagina ciano, poi quella gialla, quella nera e infine la pagina magenta, cercando di immaginare come venisse. Vederla stampata è stato bellissimo, perché fino a quel momento il progetto era presente solo nella mia testa. Dopodiché, in quegli anni, a livello di caratteri ho progettato *Baby Mine*, già nominata precedentemente, la *Ectoplasma*, Bioplasm, molti di questi caratteri li considero un po' un rifacimento di font già esistenti. Invece *Glassflag* è uno stile tagliato, in cui ho riposizionato alcuni segmenti delle lettere, è stato tra i primi che ho fatto addirittura con le fotocopie, poi disegnando i bordi con la Rapidograph e facendo le connessioni a mano forse aiutandomi con dello scotch nero. Successivamente l'ho scannerizzato, l'ho importato in Freehand e l'ho ritracciato digitalmente. *Glassflag* a differenza degli altri due l'ho interamente disegnato io. Avevo anche fatto un'altra font che non ho mai caricato sul sito, un tentativo di mettere insieme una font con delle grazie triangolari, molto grosse, non squadrate. Anche di questo avevo prima fatto una versione usando la Rapidograph, le veline, il curvilinee, il compasso e la carta lucida e poi con degli interventi ho creato una roba molto amatoriale, ma non l'ho mai ripreso con Freehand.
Poi c'era anche *Syncretic* che era stata fatta rimaneggiando font esistenti, lasciando evidenti le differenze, questa era molto più sofisticata rispetto a quella di cui parlavo, qui c'è l'influenza dei lavori di *Emigre*.

P. Prima mi accennava all'uso della fotocopia nella riproduzione dei caratteri. Lo ritengo molto interessante, perché mi sto imbattendo spesso durante la ricerca nel suo utilizzo come tecnica che si frapponeva tra l'analogico e il digitale. Anche lei ha utilizzato la fotocopia come passaggio intermezzo?

C. Sì, assolutamente. Tra l'altro essendo stato un grande fan di Neville Brody prima di andare a Londra fotocopiavo le pagine della rivista *The face*, per ritracciarle successivamente e rimodellarle sui miei progetti sperimentali. C'era la famosa tecnica di muovere le pagine sulla fotocopiatrice, era un po' il trend! Infatti la rivista inglese *i-D* realizzava diverse pagine con questa tecnica o almeno erano quelle ripubblicate come esempi di grafica contemporanea. C'era un fumetto che adoravo che si chiamava *Snake Agent* sulla rivista *Frigidaire*, disegnato da Stefano Tamburini. Lui creava fumetti mescolando quelli degli anni Cinquanta, fotocopiandoli e utilizzando leggermente questa tecnica fino a realizzare qualcosa di molto più astratto. Dai disegni originali creava delle vignette con uno stile post-modernista ed era molto interessante. Questo avveniva nei primi anni Ottanta, anche quella per me è stata un'ispirazione molto forte. In generale *Frigidaire* non mi piaceva molto, per i miei gusti era molto hippie, mentre io ero più orientato su un'estetica industriale, ma avevano cose interessanti apprezzavo, tra cui questo fumetto.

Patrizia Convertino

progettista grafico
▶ Milano
05.07.2019

P. Come descriverebbe il panorama della grafica italiana negli anni in cui c'è stato l'avvento del computer?

C. Negli anni Ottanta si lavorava molto per connessione tra conoscenti e colleghi rispetto ad adesso.
Ricordo che ad un certo punto un amico ci ha avvisati che si liberava qua a Milano una palazzina e ci ha proposto di prenderla insieme in modo da dar vita a una factory. Quindi ci siamo trovati in questo spazio dove c'era Mario Convertino che faceva la grafica, Mario Giusti che si occupava dell'organizzazione dei concerti e poi Gian Carlo Soresina che principalmente gestiva una discoteca milanese, Rolling Stones, perciò tutt'e tra lavoravano nell'ambito della scena musicale. Giusti era il più inserito nella politica perché gestiva la maggior parte dei concerti che si tenevano a Milano, ha portato Brain Eno. Qui nel nostro studio puoi trovare le polaroid di tutti gli eventi svolti in questa palazzina, rubando l'idea lanciata nella Factory di Andy Warhol di farsi le foto, non c'erano i selfie, ma le polaroid. Da quel momento in poi è stata avviata una procedura grazie alla quale si organizzavano le feste nella nostra palazzina e da viavai di gente che passava arrivavano anche i lavori; c'era chi aveva bisogno di manifesti per uno il concerto oppure chi non aveva la copertina del nuovo album, eccetera. Era una bella modalità in cui lavorare.
Poi tra il 1981 e il 1982 la Rai ha cominciato a fiutare l'affare che poteva esserci attorno alla primissima strumentazione digitale, voleva investire in qualcosa che potesse interagire con la televisione tradizionale, influenzata anche dalle prime animazioni di computer grafica che arrivavano dagli Stati Uniti. Quindi hanno investito nel Centro di Ricerche Rai di Torino per portare avanti un'apparecchiatura che potesse realizzare qualcosa di nuovo. Allora nella città piemontese c'era l'indotto produttivo e ingegneristico dell'IBM e dell'Olivetti che da qualche tempo collaboravano insieme. Il primo computer assemblato dagli ingegneri torinesi è stato il *Tesak*, peccato che nessuno sapeva come usarlo. Così per una fortuita coincidenza quando la dirigenza Rai chiese a Paolo Giaccio, che lavorava in radio come dj radiofonico, se conoscesse qualcuno adatto per un nuovo ruolo, lui prestando più attenzione alle copertine di dischi si accorse che Mario era il più creativo nel panorama musicale italiano del momento. Mario, effettivamente si prestava visivamente, perché curioso e avanti in quei tempi e così è stato scelto per lavorare sul *Tesak* con una tavoletta grafica molto basica. Da quel momento in poi Mario ha avviato la videografica, che rappresentava la voglia di esprimersi in un ambiente coerente con il suo approccio. Sono famose le sue geometrie, ideate in quel momento, seppure semplici erano dei concetti ricercati, ma alle volte venivano utilizzate perché Mario non trovava font interessanti. Difatti nel suo lavoro c'era molto lettering, le lettere si scrivevano a mano oppure si inventavano dei caratteri o delle forme molto semplici per affrontare una produzione che fosse più quotidiana e diversa dalla stampa. Il lavoro che Mario progetto per il programma *Mister Fantasy*, quindi bisognava pure inventarsi degli stratagemmi visivi furbi e al contempo facili da realizzare tecnicamente, non a caso molti *still life* degli oggetti che servivano in scena erano fotografati precedentemente e poi ripresi. In quel lavoro c'era molto sia di tecniche virtuali sia di quelle analogiche. Mario ricercava attentamente gli elementi per costruire una scena, che poteva essere una semplice cannuccia oppure il bicchiere reale, ai quali lui affiancava l'ananas riprodotto in cartotecnico, magari il ghiaccio finto o alcuni segni con la tavoletta che scriveva in *chroma key*. Insomma usava tanta tecnica mista o 'integrata', parole d'ordine per necessità, scelta e curiosità. Da quel momento in poi è partito il suo percorso televisivo per la Rai, legata a un team con Paolo Giaccio partendo dalla trasmissione *Mister Fantasy* (1981-1984) fino a *Immagina – segni e sogni del nostro tempo* (1987-1988) entrambi su Rai 1, il secondo con Edwige Fenech nei panni di produttrice e conduttrice e il primo era condotto da Carlo Massarini. Fenech era una vera e propria protagonista. Il programma *Immagina* proponeva approfondimenti sul mondo delle immagini e del look, indagini sul mondo della comunicazione in tutte le sue declinazioni, dal videoclip alla moda, su quest'ultima si presentava la creatività di stilisti emergenti, una sorta pubblicità più estrema. All'epoca non c'erano magazine che parlassero di queste tematiche quindi dal punto di vista della produzione ci si affidava molto all'intuizione. Ricordo che in studio c'era anche il semiologo Omar Calabrese. L'unico momento istituzionale dell'intero progetto erano gli spunti che arrivavano dalla città Roma, serviva un cuore barocco per determinare le scelte stilistiche apportate successivamente. Infatti è percepibile l'influenza del barocco sia nella sigla di *Mister Fantasy* sia in tutta la comunicazione e la scenografia di *Immagina*. In *Immagina* poi c'era anche la figura di questa donna caricaturale che assomigliava alla protagonista del film *La dolce vita* di Federico Fellini, la sigla riportava il punto di vista di una monetina lanciata, quindi se ne seguiva tutta la sua traiettoria dalla fontana di Trevi dove si immergeva in un ambiente tutto bagnato fino a guidare lo spettatore nei meandri sotterranei della città dove appariva la conduttrice in questa scenografia super barocca realizzata da Fabrizio Plessi. Dopodiché il programma alternava pezzetti di video art, stacchetti digitali progettati da Mario, insomma la sigla era tutto un contrasto, ma aveva un aspetto molto contemporaneo, anche troppo. In quegli anni quel programma è stato proprio di tendenza e Mario si è legato a questo team che produceva programmi rivolti alle fasce più giovani degli utenti, quindi c'era una maggiore ricerca nei linguaggi.
L'altra strada intrapresa dall'animazione televisiva riguardava l'ambito dell'informazione, soprattutto per le reti Fininvest, successivamente Mediaset, ovvero i telegiornali introducono la sigla animata a computer. Quindi questi erano lavori più istituzionali che si affiancavano a quelli più creativi progettati da Mario, che tra l'altro si era cimentato anche con la sigla del TG1 della Rai e TGS, la nuova testata giornalistica sportiva. Ad esempio, per *Italia 90* abbiamo direttamente collaborato con l'azienda Olivetti, un progetto che fa sempre parte di quelli realizzati in questo nuovo settore che è la videografica, dove abbiamo introdotto una parte di grafica innovativa. Riguardando ora il format progettato per *Italia 90* mi sembra quasi un progetto recente, dove abbiamo utilizzato una font in grassetto bodoniano che riflette la tipologia di animazione che prima era inesistente. Quel lavoro è stato una fatica pazzesca, perché le varie strutture scelte dovevano riuscire a seguirci in modo da mettere in onda le grafiche contemporaneamente e in diretta. C'erano diverse trasparenze e ombre, a un certo punto abbiamo temuto che le grazie non fossero leggibili, all'epoca ci lanciavamo in progetti assurdi avendo poche competenze, o meglio conoscenze dei nuovi strumenti. Invece adesso conoscendo meglio l'ambito, le strumentazioni, come si lavora coi pixel come studio siamo riusciti a realizzare ciò che desideravamo, ma ai tempi non era così.

Sempre per *Italia 90* abbiamo progettato tutta la grafica che andava mandata in sovraimpressione alle partite, durante gli ultimi mondiali di calcio hanno mandato in onda una ricostruzione del passaggio temporale delle grafiche per i mondiali con un po' di goal storici ed è uscita anche la nostra grafica, mi sono emozionata. Ci eravamo inventati un sacco di cose per la mondovisione, ricordo che ogni volta che qualcuno segnava il goal di una determinata nazione, la bandiera della squadra avversaria si afflosciava e andava giù, questo ha creato un dibattito, perché veniva considerato *politically incorrect* visto che la squadra in svantaggio si sentiva già perdente. Per esempio, se la partita procedeva con il punteggio di 1-0 allora la bandiera saliva di poco, ma nei paesi orientali è stata percepita come un disonore per la squadra in svantaggio.

Poi non c'erano i computer con un segnale potente, quindi ci siamo inventati un sistema che facesse transitare il segnale del beta all'interno del computer, il quale, aveva una sua chiave interna anche se non gestiva digitalmente, ma faceva da maschera, dopodiché si accoppiava la grafica al video attraverso il mixer, il video sotto era in movimento e il risultato sopra era fermo, però avevi la sensazione che si muovesse, un vero casino e tutto in diretta! C'era quello della post-produzione del programma di Antonella Clerici che ci odiava, perché nessuno riusciva a capire come fossimo riusciti ad ottenere quei risultati. Si chiamavano *loop*, fatte soft in modo tale che quando si aggiungevano le scritte/i testi si riuscivano a leggere.
Quando abbiamo iniziato a lavorare sempre più in questo ambito il primo anno avevamo un solo computer in studio, il secondo anno abbiamo dovuto prenderne un altro perché era aumentato il lavoro e dovevamo essere continuamente pronti, ma con un solo computer i tempi erano rallentati e creavamo problemi anche alla regia.
Invece dal punto di vista tecnologico l'Olivetti era stata la prima a rilevare il brevetto per il computer o il processore usato dai militari israeliani, le cui componenti sono state utili per il *Tesak*.
Tutto il lavoro di Mario avveniva in diretta e veniva subito mandato in onda, quindi i suoi disegni erano in diretta, il titolo era scritto al momento, sempre in diretta e così da sembrare un'animazione, in realtà fingeva, meglio non era una vera e propria animazione.
Un po' come i suoi lavori per le copertine della rivista di *Gong* erano illustrazioni più aerografiche, ma il lettore non capiva se fossero fotografia o pittura, era iperrealismo e a Mario piaceva questo approccio. Amava evadere, infatti le copertine della rivista avevano una grafica surreale.
Rispetto ad ora era tutto molto più lento, dal punto di vista degli stimoli visivi adesso sei continuamente bombardato, ma prima era tutto una scoperta. Le geometrie le ha utilizzate per diverso tempo in vari modi come le illustrazioni per *Super Ragazza* o quelle per le copertine del gruppo musicale Krisma molto più squadrate e lineari.
Poi c'è stato con un momento della tipografia, ad esempio per *Immagina* Mario ha progettato delle brevi animazioni tra un argomento e l'altro e non voleva assolutamente usare il 3D, perché richiedeva tempi troppo lunghi e l'estetica gli sembrava abbastanza infantile, quindi ha realizzato tutto con la tecnica mista.
La sigla più bella che abbiamo fatto, in collaborazione con uno studio di produzione spagnolo, è quella per il programma della *Domenica Sportiva*, ormai se dovessi vederla è brutta. Ricordo che allora una sigla arrivava a costare 100.000 euro minimo.
Nella settore della videografica c'è tutta la cultura dei trucchi e delle scorciatoie che dopo un po' sono diventate virali, in realtà erano solo mezzi più semplici, poi negli anni Novanta con l'avanzamento tecnologico quando qualcuno iniziava a utilizzare un certo effetto, tipo il morphing o un filtro particolare allora tutti lo replicavano facendolo diventare un trend, conseguentemente risultava ridondante.
Invece per la grafica delle partite di calcio dei mondiali abbiamo ideato le scritte/i testo che uscivano dai filetti, nel momento in cui usciva o entrava un giocatore si utilizzavano le maschere per creare una scritta, una roba molto complicata da fare. Abbiamo lavorato anche per Lorenzo Marino che ci aveva chiamati perché i nostri lavori anche negli anni Novanta erano ritenuti all'avanguardia.
Abbiamo vissuto anche di rendita fino a quando non è arrivato Internet e con le sue infinite possibilità ha portato una sperimentazione diversa e molteplice.

P. Ritornando a parlare della strumentazione utilizzata per realizzare la sigla di *Mister Fantasy* il primo computer impiegato era un prodotto Olivetti?

C. Esatto, il primo computer non era un *Macintosh*, ma un *Tesak* Olivetti e poi tutto il grosso del nostro grafico era quello del lavoro di post produzione, quindi abbiamo utilizzato tutte gli strumenti televisivi più avanzati come il PaintBox della Quantel. Tieni conto che all'inizio le post-produzioni costavano tantissimo, quindi avevamo preso il modello base con solo tre font, purtroppo non ci permetteva di fare animazione ma, a differenza del dischetto, si potevano mettere le immagini in sequenza. Siamo stati i primi a portare sul dischetto fotogrammi già animati pronti da mettere dentro un altro computer e mi ricordo che erano di ottima qualità. Immagina che il broadcasting una volta si poteva fare soltanto negli studi delle emittenti televisive e avevano dei costi proibitivi, ogni ora aveva un costo di circa un milione di lire ed eravamo tutti lì quelli della pubblicità e televisione senza turni di lavoro, quindi si lavorava tra Milano e Roma portando i nastri da una parte all'altra. Inoltre, i dischetti, dato che si lavorava dove c'erano tutti i monitor e tutti i cavi, a causa del caldo pazzesco si smagnetizzavano e quando li mettevi dentro molte volte non c'era più niente, abbiamo perso i migliori anni della nostra vista.
Poi si prendeva la telecamera e si pulivano tutti i pixel smagnetizzati. Insomma eravamo pionieri sulla creatività, come quella di ripulire un marchio, che adesso è un'operazione immediata. Dopodiché abbiamo iniziato a sviluppare alcuni lavori di post-produzione da UVC studio, che costava un po' meno, e ci ha permesso di lavorare anche per Canale 5, perché quelli dell'emittente Mediaset andavano lì per fare le telecomunicazioni e lì ho conosciuto Mirko Pajè, che è stato un nostro competitore durante una gara d'appalto per Canale 5, vinta da noi tra l'altro. Un altro nostro grosso concorrente per le reti Rai è stato Mario Sasso con il quale spesso abbiamo avuto degli alterchi, ricordo che una volta abbiamo litigato furiosamente con lui, perché negli studi di Roma durante i turni di post-produzione lui arrivava sempre dopo di noi e andava lì a sbirciare il lavoro che avevamo fatto. Quella volta di cui ti sto raccontando ci siamo accorti dopo tre giorni che aveva consegnato una sigla dove c'erano degli elementi visivi fatti da noi. Si trattava di ombre in movimento o silhouette e ricordo ancora bene che l'operatore gli mostrava le nostre cose perché noi eravamo dell'ambiente milanese e c'era un po' di frizione.
All'epoca ci piaceva sperimentare, ci eravamo inventati di riprendere i filmati, solitamente dal formato quadrato, sui quali applicavamo un alone sfumato che si chiudeva utilizzando la forma di quello che conteneva al suo interno. Dopodiché sovrapponevamo i vari filmati che attraverso l'alone sfumato sembravano un'unica immagine. Era una novità successivamente utilizzata anche per la trasmissione *Porta a Porta*, quindi un vero saccheggio.
Un'altra sigla interessante che abbiamo progettato era quella per *Pickwick – del leggere e dello scrivere* (1994) – andato in onda su Rai3 in 10 puntate, lo scrittore Alessandro Baricco, affiancato dalla giornalista Giovanna Zucconi, raccontava con rara capacità affabulatoria i grandi romanzi moderni – dove avevamo utilizzato dei teli che sventolavano su cui proiettare i filmati, un mezzo per ricreare il 3D; si creava un bell'effetto enfatizzato dalle sfocature e dalla luce della proiezione.

P. Chi realizzava gli storyboard delle sigle che progettavate?

C. Gli storyboard venivano fatti sempre da Mario e da un collaboratore. Lo studio era diviso in questo modo: a Roma io e Mario facevamo le produzioni, ovvero i video e le post-produzioni. A Roma si riusviva a trattare sui prezzi, perché a Milano si lavorava tanto con la pubblicità e quindi i turni costavano di più ed era anche più difficile trovare un posto libero con le nostre tempistiche. Invece a Roma avevamo gli spazi televisivi dove potevamo fare i test e così via. C'è da dire che a Milano gli operatori erano più bravi, infatti le grafiche le facevamo lì erano decisamente migliori a livello di qualità. Tra il 1985 e il 1986 abbiamo fatto una sigla per un programma di cui non ricordo il nome dove abbiamo costruito una piscina e per ricreare un effetto specifico in cui doveva essere riempita di acqua metà blu e metà in rosso abbiamo fatto le prove all'interno di una bacinella, dove abbiamo inserito una scritta ripresa sotto l'acqua, successivamente utilizzata come proiezione post-prodotta. Immagina quanto sia semplice ripetere oggi quell'effetto ricercato e voluto allora.

P. Avete mai utilizzato nei vostri progetti la fotocopia per distorcere gli elementi visivi?

C. Certo, diverse volte! Soprattutto la parte testuale. La prima volta in assoluto credo che fosse stato per un album di Eugenio Finardi dove abbiamo allungato qualche elemento visivo. Mario voleva restituire il concetto della dinamica, del movimento, non si doveva mai fermare niente. Un concetto che rispecchiava tantissimo il suo carattere. Lui era sempre uno in movimento, anche quando andavamo a Roma il suo girovagare in Vespa era sintomatico del suo modo di essere.
Peccato che a volte in questi giri perdeva i bozzetti e ci toccava rifare gli schizzi del progetto. Mi ricordo che non avevamo a disposizione grandi mezzi, eppure sembravamo un'armata, noi, i Milanesi che andavano a produrre a Roma con Ranuccio Sodi che faceva le riprese come regista. Per diverso tempo lui partiva per primo il lunedì, arrivava al Fiumicino e recuperava la Vespa che nascondeva negli arbusti in fondo al parcheggio libero, e noi mettevamo la macchina proprio lì per tenerci il posteggio per i successivi quattro giorni.

P. Mi soffermerei nuovamente sul programma *Mister Fantasy*, dove sono stare realizzare le riprese utilizzate per la sigla della trasmissione?

C. A Milano in Corso Sempione, in uno studio che spesso era completamente vuoto. Questo studio veniva utilizzato per fare le riprese quindi era tutto libero con tutte le prese e i bocchettoni per i faretti, lo usavamo anche per gli *still life*. Non si parlava solo di videografica, era un progetto più complesso che metteva assieme i vari mondi di Mario fino

a farlo diventare un progetto di video art, un concetto molto avanti, col computer poi sembrava un altro pianeta, si parlava di un iperspazio, una cultura pazzesca. Infatti una cosa che mi piacerebbe fare è quella di recuperare e analizzare i testi e le puntate del programma. Ti parlo dei testi scritti da Michelangelo Pistoletto nelle rivista *Rewind*, anche Mario era tra gli autori. Per esempio, per la rivista *Gong* c'erano dei testi che aveva scritto su Warhol, si interessava tantissimo anche di musica. La prima volta che Jimi Hendrix è stato a Milano alla Triennale, avevano scattato una foto e tra il pubblico c'era Mario, la musica è sempre stata la sua passione. Questo può essere un fatto unico, secondo me, di perfezione e di completezza, infatti negli anni Sessanta dopo avere fatto lo studio Rizzoli, lavorava da solo in casa iniziando a disegnare i marchi delle case discografie, il primo è stato per la Polygram, un marchio per la discoteca. Ha lavorato per molte etichette discografiche, per tanti anni ha progettato solo per le case discografiche.

P. Il motivo per cui considero la figura di Mario Convertino pionieristica è perché è stato il primo ad approcciarsi al mondo digitale, soprattutto coniando il termine videografica nel settore televisivo. Questa sua attenzione al nuovo ambito gli è valsa la partecipazione a diversi festival, assieme al suo concorrente Mario Sasso. Dalle mie ricerche è emerso che entrambi sono stati invitati per due anni di seguito al Festival Arte Elettronica Camerino. Può raccontarmi qualcosa a tal proposito?

C. In quel periodo a Camerino le giornate del festival erano proprio dedicate alla riflessione sul rapporto cultura visiva e tecnologia, in maniera analoga alla conversazione sull'intelligenza artificiale di oggi. Il computer era visto come uno strumento, un nuovo modo di ragionare. Ad esempio c'era Maria Grazia Mattei, l'esperta di cultura digitale che iniziava a fare i primi interventi sull'arte elettronica e sul computer come strumento di realizzazione video. È sempre stata un riferimento teorico di quegli anni e di promozione della tecnologia, seguiva tutti i festival perché era la teorica vicina al mondo accademico pur non facendone parte, oppure è stata una consulente delle diverse rassegne sempre molto attenta e preparata. Mi ricordo che a Camerino c'era stata una mattinata tutta legata a discussioni sul suono e sulla percezione sonora applicata alla parte visiva e tra i relatori c'era lo Studio Azzurro aveva lavorato col suono ovviamente in combinazione con il computer. Quel festival è stato la prima occasione in cui si parlava di tecnologia in quel modo così organizzato e strutturato. All'interno dell'esposizione avevano coinvolto anche Studio Azzurro che avevano in fondo al corridoio di questo palazzo un'installazione ricreando una specie di grotta. In fondo, accanto a loro, c'eravamo anche noi che avevamo collaborato con Fabrizio Plessi. Al festival c'erano tutti quelli che lavoravano col settore video, oltre a noi e Sasso, c'era anche Valerio Lazarov che lavorava in Spagna e aveva lasciato Mediaset da poco. Ai tempi di Camerino Lazarov lavorava con gli effetti 3D della strumentazione *Mirage*, più legata in realtà alla sperimentazione artistica. Studio Azzurro invece faceva ricerca sull'immagine e sulla sonorizzazione, infatti veniva visto come un'effettista, uno studio commerciale senza anima. Insomma c'era un bel panorama. C'era anche un catalogo sul programma del festival e mi ricordo, ai tempi, c'era anche un rappresentante della SBP, una società romana di post-produzione, ma che si occupava anche dell'aspetto relazionale dato che, ovviamente, anche le post-produzioni cercavano di gareggiare per alzare il livello di ciò che si produceva. Era presente tutto il mondo di chi già utilizzava il computer per creare la musica, le sonorizzazioni dei video e gli effetti visivi. Ciò che vediamo oggi parte tutto da quel mondo lì, in alcuni casi dal punto di vista teorico. La videoart, i videogiochi, l'intrattenimento e la gestione dell'immagine erano attenti alle tecnologie, e così come i magazine anche la tv si 'era vestita' di digitale, prolungando il tempo di messa in onda e moltiplicando i canali televisivi. Di conseguenza l'offerta si era ampliata e duplicata anche nel confronto con le scelte redazionali.

P. Come vi è stato affidato l'appalto del progetto grafico della sigla del programma *Mister Fantasy*?

C. A Milano c'era la sede delle Rai in Corso Sempione e questo dirigente era stato mandato proprio a Milano per cercare una figura interessata a lavorare per questa idea televisiva. Perché a Milano? Ovvio! C'era una scena musicale interessante e venivano organizzati diversi concerti. Arrivato a Milano gli hanno fornito la strumentazione del *Tesak*, ma si cercava una figura che riuscisse ad usarlo, se ne parlava soprattutto in termini di realizzazione e produzione di illustrazioni per la sigla e le varie copertine del programma o di titoli per introdurre qualcosa che parlasse di musica. Inizialmente infatti *Mister Fantasy* era partito come un programma musicale, cioè musica da vedere. Così, il dirigente Rai chiedendo alle case discografiche se c'era qualcuno di opportuno spesso veniva menzionato il nome di Mario che, ai tempi, era conosciuto dalla nostra generazione nello specifico per le copertine dei dischi. Non a caso in quei tempi l'immagine degli album raccontava tanto della musica o dell'artista. Quindi siamo stati approcciati dalla Rai per il suo stile innovativo, considerato adatto e opportuno per un pubblico di giovani. Difatti la sua grafica era innovativa, fresca con una creatività interessante. Non mi sto riferendo al linguaggio geometrico di Mario, per intenderci ai triangoli con i quali viene tuttora indicata l'estetica di Convertino. Bensì venne contattato semplicemente per quello che produceva a livello visivo attraverso, per esempio, le tecniche di sovrapposizione delle immagini, eccetera. Dopodiché stancatosi di essere riconosciuto esclusivamente per le forme geometriche, ha spostato la sua ricerca stilistica sulla tipografia e il lettering.
Credo anche che sia stato indicato come persona da coinvolgere, perché riusciva a creare lavori più fantasiosi e disparati dal nulla o con poco, inoltre non aveva alcuna esperienza radiofonica e quindi era esterno all'ambiente Rai. Successivamente, ha incontrato Paolo Giaccio e Carlo Massarini – corrispettivamente autore/produttore e conduttore del programma – che facevano parte del team romano. Su Milano diciamo che c'erano un sacco di cose che attiravano questa scena musicale, per cui era più logico produrlo qui anche se in realtà la sede Rai a Milano era più radiofonica che televisiva.

P. Rispetto alla mia ricerca ho riscontrato anche la presenza del gruppo fiorentino Giovanotti Mondani Meccanici che si occupavano di video, avete mai collaborato con loro?

C. No. Credo che abbiano provato a cimentarsi con la videografica, ma come sempre succedeva sulla scena di chi disegnava fumetti restava un'operazione molto astratta. Ricordo che erano stati pubblicati sulla rivista *Frigidaire*. Il programma *Mister Fantasy* aveva un altro spessore, attirò l'attenzione di diversi ambienti da quello dei brand di abbigliamento, come Fiorucci, ai locali notturni e la tipologia di allestimento fu ampiamente riprodotta ovunque. Difatti ricordo che al club Plastic c'erano degli allestimenti simili, addirittura a Milano si realizzò il primo videobar *Vuzzac* nella zona dell'Arco della Pace, dove c'erano tutti questi monitor e le tapparelle come nella scenografia di *Mister Fantasy*, con i drink colorati un po' tutto pop. Comunque, quello del programma era un bel team, un bell'ambiente, dove si dava anche molta attenzione alla ricerca nell'ambito della moda. Si era molto più ricercati dall'abbigliamento al taglio dei capelli, una New York scoppiata a Milano. In quegli anni ricordo anche dei mercoledì in cui i giornalisti venivano e commentavano, c'erano appuntamenti fissi dove si parlava di arte, di musica, di cinema, si beveva, si metteva musica. Adesso invece siamo più solitari. Ormai adesso c'è la tendenza di arrivare primi, in passato invece si andava avanti insieme, erano amici che vivevano insieme, Roberto Masotti il fotografo, per esempio, raccontava di Mario. Abbiamo perso diversi lavori di quegli anni, Mario lavorava per il futuro non archiviava, finito un lavoro bisognava sempre andare avanti, doveva stupire. Lavorava in maniera del tutto intuitiva, se nella copertina di una rivista c'era qualcosa di interessante, la ritagliava e la metteva sul bozzetto che diventava un'immagine da mettere nel lavoro successivo. Tutte le riviste che abbiamo venivano usate come archivio di immagini, non c'era internet quindi utilizzavamo le librerie, compravamo libri e tenevamo anche le copertine prodotte da noi all'interno dell'archivio. Lui ha rovinato le riviste, ne vedeva una che gli piaceva con un'immagine al centro, prendeva il taglierino e tagliava lasciando buchi.

▶ **Milano**
29.07.2019

P. Rieccoci per un secondo appuntamento per approfondire diverse questioni che sono rimaste in sospeso.
Il lavoro sulla videografica è quello che mi interessa maggiormente per la ricerca. Mi chiedevo se il linguaggio utilizzato in questo ambito venisse ripreso anche all'interno degli artefatti bidimensionali e stampati. Quindi nel lavoro di Mario Convertino c'era una coerenza tra progetto per video e quello per la stampa?

C. Ok, quindi partiamo dai progetti *Mister Fantasy* e *Italia Sera*. Nel primo, come per la trasmissione *Immagina*, il ruolo di Mario è un po' più interessante dato che aveva ideato proprio un format, un intervento che riguardava non solo le sigle, ma era un lavoro proprio di art direction dalla scenografia al look del conduttore e si occupava anche della parte testuale, cioè seguiva la parte delle interviste. Si tratta di un intervento globale che, all'interno di *Immagina* viene seguito da un team diverso perché avviene un cambio di regia. Seppure a distanza di tempo viene comunque seguito dallo stesso ideatore nonché Paolo Giaccio. *Mister Fantasy* era una trasmissione incentrata sulla musica, *Immagina* invece parlava del design, della moda, delle tendenze e dell'arte. La moda e l'arte facevano parte del mondo gli spettacoli e degli eventi in generale, mentre l'interior designer è esploso successivamente. Stiamo parlando degli anni Ottanta e Novanta, comunque sia questi due programmi sono quelli più complessi progettati da Mario, dove appunto ha messo in atto un progetto globale, progettando un'immaginario.
Italia Sera (1983-1986) era una trasmissione mandata in onda su Rai 1 e Mario ha progettato solamente invece la sigla, perché in questo caso non è stato capito il ruolo dell'art director né quello del grafico, infatti è il frutto di una serie di compromessi. Quindi in questo caso lui fu utilizzato un po' usato come il tappa buchi, quando serviva una vignetta per colmare un vuoto contenutistico. I dirigenti del programma hanno scoperto successivamente che con una sigla adeguatamente progettata, il servizio diventava più piacevole, però non si aveva il materiale e soprattutto all'epoca non si sapeva come fare il grafico in una redazione giornalistica televisiva. Quindi si realizzava l'immagine su una striscia quotidiana, un'idea semplice perché non c'era la post-produzione. Il tutto andava confezionato dopo la riunione con la redazione, di fatto, essendoci una grafica all'interno, l'intervento era limitato, non si poteva intervenire sui servizi o sull'angolo della scenografia. Come *Italia Sera* ci sono altri interventi di Mario all'interno del notiziario, ad esempio per TG di Canale 5 avevamo progettato le sigle, qualche impaginazione interna, ma il bancone della giornalista e le luci dello studio restavano interventi di altri. Poi ci sono diverse sigle progettate per trasmissioni senza interventi interni, il tutto si esaurisce con la presentazione della sigla, spesso evoluta e ardita che poi il programma non rispecchiava. Forse adesso siamo tutti più attenti all'immagine televisiva quindi chiederebbero ad un progettista un lavoro a 360°, allora

invece il lavoro era conflittuale con quello del regista e quello dello scenografo che avevano la loro idea e spesso non erano collaborativi. Veniva riconosciuto il ruolo della sigla di testa che lasciava campo libero all'artista, ma tutto il resto in modo più pragmatico veniva affrontato da altri professionisti. Erano pochi i registi che hanno provato il gusto per un certo tipo di carattere o di animazione che dava un ritmo all'insieme, a volte all'immagine si dava un velo di colore diventando meno scura. In quel caso si riusciva a dare qualche suggerimento, seppure non richiesto, ma essendo tra amici ci si consigliava, altrimenti rimaneva un ruolo limitato alla sigla.

P. Invece per quanto riguarda il progetto relativo al palinsesto televisivo per i mondiali *Italia 90*, che cosa mi può raccontare?

C. Per *Italia 90* l'azienda Olivetti aveva messo a disposizione diversi computer con i quali lavorare, in quel caso, essendo stati sponsor e quindi pagando il grosso di tutta questa operazione mondiale, sono stati quasi loro stessi gli ingegneri della realizzazione di ciò che abbiamo progettato. È stato un progetto corale e noi ne abbiamo fatto parte. C'erano dei registi che avevano iniziato filmando, ad esempio, gli stadi perché c'era stato un restyle architettonico dei principali stadi in giro per l'Italia coinvolti nel mondiale. Quindi erano già partiti con le riprese, anche perché c'erano le scadenze di presentazione internazionale. Era partita anche il programma dell'alta definizione relativa alle telecomunicazioni, ma senza grandi idee, quindi l'Olivetti, arrivando dalle esperienze dei meeting internazionali ed essendo un'industria privata, aveva bisogno di qualcosa di tecnologicamente avanzato pertanto avevano bocciato tutto ciò che gli era stato proposto. Così, una regista della Rai, con cui avevamo prodotto la trasmissione della *Domenica Sportiva*, ha proposto il nostro nome consigliando una prova di progetto allo studio Convertino, fu lei infatti che ci chiamò per il progetto della videografica. Parallelamente c'era una struttura, Telesia, che si era candidata per diventare lo sponsor e quindi per finanziare la sigla dell'introduzione dello spettacolo dei mondiali di calcio. Trattando con la Rai, loro mettevano i mezzi e noi davamo la creatività, così abbiamo fatto sia sigla che videografica.

P. Da cosa traeva ispirazione il lavoro di Mario Convertino?

C. Essendo Mario un appassionato delle inquadrature cinematografiche e anche di immaginari iconici degli anni Cinquanta e Sessanta ricercava di ricreare queste inquadrature all'interno delle sue sigle. Gli piacevano le silhouette, ad esempio, le sigle di James Bond, quindi c'era un po' la voglia di fare le proiezioni sul corpo femminile mischiato con altri elementi grafici come l'impaginazione. Utilizzava le sovrapposizioni, una cromia particolare un po' più pop, i segni e le scritture, ad esempio, le parentesi piuttosto che i crocini. Insomma tanti elementi che rendono spettacolare e degno di nota la tipografia, la punteggiatura e il gusto dell'immagine. Nelle sigle impiegava sempre di una tecnica mista, ma c'era anche la parte di tipografia e di impaginazione dei pacchettini di testo, scritte che fanno fondini o icone. Era abbastanza riconoscibile il suo lavoro perché metteva sempre insieme questi elementi mescolati, un po' i suoi ingredienti come per un cuoco. Si divertiva a giocare su vari trattamenti soprattutto laddove usava i caratteri, ma cercando sempre di restituire un'emozione e una forma differente, con delle lettere che si animavamo o un fondo che saliva e successivamente su queste facevamo le gag. Ne abbiamo fatte due, una di queste era per il programma *Mi Manda Lubrano*, fine anni Ottanta, una tecnica di ripresa con delle mini gag. Lubrano era già un signore, aveva la sua età e si era prestato mettersi in posa in due o tre posizioni, ma avevamo l'ansia che si facesse del male, lui invece era divertitissimo e gentile, un signore napoletano molto carino che faceva questo programma su tutte le rogne del pianeta. Certamente la sigla era sempre molto contenuta, ma con delle gag carine, secondo me, una delle sigle venute meglio in cui abbiamo utilizzato un personaggio con una personalità seria per poi dargli una connotazione più leggera. In una gag, aspettava l'autobus che non arrivava mai, passavano le stagioni e lui era sempre lì. Si cercava di creare un vero e proprio packaging alla trasmissione, di dare un gusto per introdurre quello che poi era il contenuto e l'argomento, le gag attiravano l'attenzione e davano un senso all'argomento. Molte sigle nascevano da un budget molto contenuto, altrimenti avremmo potuto fare ciò che volevamo. Inoltre c'era da tenere conto anche delle scelte della redazione che talvolta ci aiutava a trovare le immagini, per esempio, per la sigla sul programma sui libri di Rai 3, in quel caso avevano messo a disposizione tutte le immagini dei film in cui compariva l'oggetto libro all'interno delle scene. Dopodiché tutte queste scene di film sono state messe insieme, ma come? In quel caso dato che i materiali erano disomogenei, si è fatto un montaggio

che poi proiettava l'immagine su teli sventolanti, creando un effetto 3D seppiato. È stata una di quelle sigle che resiste allo scorrimento del tempo, perché mentre cambiano le tecniche di grafica utilizzate, queste spesso diventano datate o vivono nella data in cui sono state concepite, invece questa ha resistito nel tempo. Sicuramente Mario conosceva gli aspetti della tecnologia e sapeva come manipolarli in maniera rapida dato che non si aveva un'infinità di tempo, si avevano delle scadenze quindi le scelte dovevano sempre concrete e rapide. Infatti, spesso venivano riutilizzate tecniche che sapeva maneggiare molto bene o venivano riciclati alcuni elementi magari ancora inutilizzati, che venivano riadattati per la sigla successiva. Il 3D ai tempi aveva una gestione lunga, non immediata per cui si preferivano le macchine bidimensionali e al massimo si trovavano tecniche miste così da avere più controllo su ciò che si realizzava. Per il 3D si doveva presentare il disegno all'operatore specializzato che poi lo ridisegnava con il suo gusto che spesso non rispecchiava il tuo, dopodiché le collezioni e i render avevano processi troppo lunghi, in più richiedeva un budget alto. Lavoravamo sempre con le riprese o delle lenti per distorcere le immagini, perché le distorsioni fatte in un modo erano più veritiere piuttosto che farle con le macchine, per cui c'era sempre un po' di ricerca sulle tecniche e sulla realizzazione, non ci bastava mai mettere un fondo e un'illustrazione sopra i titoli. Invece, adesso che tutto è più minimal e svizzero andrebbe anche bene, allora invece c'era una forma di spettacolarizzazione dell'immagine che non doveva essere delusa. Ai tempi si dava un sacco di importanza e si aveva molte più aspettative sulla sigla delle trasmissioni. Posso paragonarle un po' alla trepidazione che accompagnava l'uscita delle copertine dei dischi, oggi ormai non si nota più. Quindi in quegli anni non c'era un unico linguaggio o un unico stile nel lavoro di Mario, sicuramente poi la sua riconoscibilità primaria era stata *Mister Fantasy* quindi le geometrie tipiche bitmap e successivamente la tipografia e poi le riprese per cui abbiamo usato il 3D. L'avevamo usato in due/tre situazioni, una per lo sport, credo fossero le olimpiadi di Atene, non ricordo bene. Abbiamo usato il 3D anche per il TGS la testata giornalistica sportiva, c'era un intreccio di tre colori, un arancione-rosso e il verde che si aprivano e si allontanavano con un'animazione. Per dare un senso di pulizia abbiamo lavorato con le riprese anche in pellicola dato che ai tempi erano famosi i logotipi americani che davano un senso di fluidità e pulizia, ad esempio, la donna che correva lasciando una scia, quindi utilizzavamo un 3D molto minimal e pulito. Oltre alla trasmissione sportiva abbiamo usato il 3D anche per la sigla di *Mezzogiorno* dove c'era tutto un paesaggio o per Formula 1 influenzati da questo gruppo spagnolo Animatika che avevamo incontrato a Camerino. Loro ci avevano dato l'opportunità di collaborare a Barcellona con loro, dove abbiamo prodotto queste due sigle, una per la *Domenica sportiva* e l'altra per il programma della Rai del mezzogiorno. In quest'ultima abbiamo progettato una striscia del mattino con una città progettata come se fosse un carillon con delle figure. Avevamo bei materiali, belle forme ed effettivamente era un po' un gioco, qualcosa di futuristico e tra l'altro la prima volta che ci siamo trovati all'interno di un team di produzione con un addetto specifico per ogni momento: chi si occupava dell'animazione; chi della musica; chi del materiale; un'organizzazione del lavoro che nelle produzioni televisive italiane era ignota. Adesso è abbastanza comune che nelle riunioni ci sia il regista e le altre figure, invece allora nella parte della post-produzione soprattutto sui dispositivi dedicati al 3D c'era solo l'artista. La musica era sempre un problema, veniva montata in sync, si gestiva tutto in maniera autonoma. A volte, per necessità, eravamo noi a suggerire le musiche, altrimenti all'ultimo minuto veniva chiamato il musicista, quindi c'era il rischio che potesse stravolgere il ritmo del nostro lavoro. Così a volte bisognava allungare delle scene, era tutto molto complicato. A Roma gli operatori erano più naif, molto poco professionali, c'erano troppe parti lasciate al caso che non potevamo continuamente correggere. A Milano forse erano più attenti. Poi a Roma consideravano Mario alla stregua di pittore di turno e cambiavano sempre le consegne perché none erano capaci di capire quanto tempo richiedeva il processore, non era visto come un progettista. Comunque sia, i lavori di Convertino sono tutti lavori di una qualità alta sia per l'aspetto della ricerca visiva che per la tecnica e per la risoluzione finale sia per una nostra connotazione. Molte volte quando c'era una missione un po' complicata che gli altri non riuscivano a fare allora si rivolgevano a noi.

P. Avete mai progettato le sigle introduttive per il cinema?

C. No. Però abbiamo progettato la sigla del programma *Cinema italiano*, credo condotto da Andrea Barbato. Un lavoro molto complicato perché abbiamo dovuto cercare tutti i film con tutte le icone del cinema italiano quindi Sofia Loren, Totò, eccetera, ma non ci veniva data l'autorizzazione per utilizzarle. Quindi è stato difficile dare una connotazione del neorealismo italiano senza utilizzare quelle icone come c'era stato richiesto nel brief. Allora abbiamo deciso di utilizzare i manifesti, ma anche quelli avevano un blocco legato alla casa di distribuzione. Ero andata addirittura in un archivio, ma ci siamo trovati con un panorama che non era rappresentativo, alcuni non avevano una qualità interessante. Alla fine abbiamo preso i film, dieci secondi di ciascuno, o anche meno, credo tre secondi, quindi dieci fotogrammi montati in un mega collage e ognuno andava con una tempistica diversa. Era come un quadro unico con tutti i personaggi in bianco e nero, così, creando un'atmosfera abbiamo creato questa sigla. C'era stato un lavoro organizzativo enorme con una mini catena di montaggio per riuscire a farlo, avevamo passato tre giorni a pulire i vari personaggi e le pellicole pensando a dove metterle e a come susseguirle per evitare buchi, era veramente complicato. A quei tempi usavamo già i computer della Apple, ma non così bene, ma almeno riuscivamo a fare un montaggio statico riuscendo a intuire quale potesse essere il risultato finale. Spesso stampavamo noi le font e poi facevamo tutte le scritte, le sigle hanno i crediti in testa con il nome degli autori, della regia e dei conduttori, tutti questi cartelli li producevamo noi sul *Macintosh*, li stampavamo su fogli A4 e poi li rielaboravamo in post-produzione. Qui c'era sempre una telecamera a disposizione che inquadravamo su un piano verticale, dopodiché si pulivano ed erano pronti per essere utilizzati. Non si doveva sbagliare il nome perché significava rifare il cartello e ripetere da capo tutto il processo. Infatti lo studio di Roma era utile come appoggio per correggere e produrre, uno spazio ampio dove mettere giù fogli, carte, cartoni. C'erano molte fasi preparatorie, anche solo lo storyboard per capire le sequenze. Le cose più incredibili sono state le sonorizzazioni, perché erano sempre fatte dopo, non crescevano mai pari passo al lavoro che era paradossale perché costituiva la parte emotiva dell'intero progetto.

P. Per quanto riguarda i progetti editoriali delle fanzine, l'avvento del computer come ha influenzato questi progetto?

C. In queste ci sono un mix di tecniche con le fotocopie desaturate, un po' di tipografia e immagini. Qui siamo ancora nel 1994, c'era anche il computer, anche la copertina del 1991. Il *Macintosh* era un mondo divertente dove riuscivi a fare tutto senza passare da un fotocompositore, fotolitista ed era il vero divertimento di questo lavoro, cioè finalmente era il progettista che controllava tutto il processo. Vedevo in Mario proprio il piacere anche di lavorare con il computer, perché finalmente non doveva fare mille prove, riusciva a immaginare i progetti in tempo reale, era una vera e propria rivoluzione. Infatti era super rilassato, mi dava l'idea di essere in una modalità serena con la sua radiolina, il suo desk. C'era uno sforzo notevole sull'immaginazione e sulla parte tecnica della resa finale che è stato abolito con l'avvento del computer.

P. Il progetto *Yes For Europe*, presente nella vostra brochure promozionale, mi sembra abbia una grafica interessante. Che cosa può raccontarmi su questo lavoro?

C. In quel caso abbiamo lavorato con la sovrapposizione sia dei fondini che delle chiavi. Quello che vedi su questa brochure è stato fatto anche dal punto di visto della videografica, mettevi un fondino e un contributo video. C'erano i collage, queste cose surreali dove sfumavi e lavoravi sul dettaglio e da questa parte di grafica abbiamo fatto tanti video. C'erano lavori di campiture, dal fondino si faceva un *reverse*, questo è tutto materiale di repertorio, VHS ereditati da una casa di produzione che faceva spot, da lì abbiamo archiviato tutti i dettagli di diversi mestieri. Per esempio una mano che prende l'insalata e una serie di situazioni che abbiamo usato per creare mondi surreali, onirici per le sigle sull'economia, sulla politica. Sommariamente parlava di economia, ma c'era uno sul lavoro di Rai 3 in cui avevamo utilizzato delle catene di produzione e in mezzo un live girato. Abbiamo realizzato anche grafica pura senza l'impiego del video o del girato nella sigla per *Ultimo Minuto*, lavorando molto sulla sincronizzazione dei rumori e delle immagini, ma il passo dopo era quello di unirlo con delle immagini in contrasto. Ci era venuto l'input guardando il marchio del museo Louvre che aveva il Louvre e dietro l'immagine di questo cielo molto contrastato, questa roba secca del tipografia col cielo restituiva da subito un senso di dinamicità, quindi ci aveva ispirati. A volte bastava un'immagine e da lì creavamo ciò che ci aveva ispirato o suggerito, lo facevamo anche tra di noi, qui in studio, molte volte come gioco. Ad esempio, sfogliavamo le riviste e ci domandavamo a vicenda a cosa ci facessero pensare le immagini, spesso lo facevamo anche come provocazione per capire cosa notavamo dalle immagini, un brainstorming visivo.

P. Avete conservato gli storyboard dei lavori legati alla videografica?

C. Sì, qualcosa sì, molte cose invece venivano lasciate ai clienti, probabilmente non li avranno nemmeno conservati. Lavorando sui computer molti di questi venivano impostati come pagine banalmente come in Word adesso, ma non è mai stata fatta una conservazione mirata dei materiali. Proprio adesso c'è una voglia di ripercorrere tutta la nostra storia, purtroppo però sono cambiati tanti standard e i supporti, ovvero i programmi che leggono tutto, addirittura abbiamo difficoltà con delle cose più recenti perché tutti i nostri cd rom e DVD masterizzati sono ormai illeggibili. Abbiamo iniziato questa conservazione dei dati su DAT, sembrava fosse una cosa ultra sicura che non comprime per non perdere la qualità, ma questo programma dobbiamo comprarlo. Altrimenti tutti questi nastri o VHS conservati siamo riusciti in qualche modo a passarli in digitale ma la qualità è scarsa. Insomma devo capire come fare, andava fatto con costanza nel tempo. Avevo iniziato con alcune copertine di dischi, fortunatamente qui vicino c'è un negozio che nel magazzino ha conservato dei lavori di Convertino, altrimenti si tratta di mettersi su ebay e comprarli.

P. Rispetto al programma *Immagina*, perché c'è poco materiale e attenzione a differenza di quello *Mister Fantasy*?

C. A inizio produzione erano cambiati i personaggi della parte dirigenziale, poi è stato riconfermata, ma c'era stato un momento di attesa dovuto credo ai soldi, dove la Rai era stata invitata a Parigi al Beaubourg per un evento sui linguaggi della televisione o sui format ed ero stata spedita con questo materiale a fare questa presentazione. C'erano tutte le tv internazionali, secondo me era il 1987 o il 1988. Pensa che non c'era ancora tutto il progetto scenografico dello studio realizzato da Fabrizio Plessi, c'era solo l'immagine animata dello zapping 'il gesto del cambio canale' che abbiamo progettato noi. Tra l'altro zapping è stato un termine coniato all'epoca. Ricordo solo che alla fine della presentazione del format di *Immagina*, gli inglesi erano esterrefatti, loro amano la grafica anche come tipografia, quindi dopo la mia presentazione c'è stato un applauso pazzesco. Sebbene i successi ottenuti con la Rai, dove abbiamo lavorato per tanti anni, non siamo mai riusciti a proporre un lavoro di art direction, hanno sempre rifiutato l'offerta. Avremmo voluto fare ciò che Neville Brody ha fatto per la BBC, ma non è mai riuscito. La mia fruizione della televisione, tutt'oggi, è molto critica, allora c'era un'attenzione massima, infatti c'erano persone che coniavano termini, era ben concepito nel senso che si voleva fare tendenza in un modo intelligente e supportato da uno studio e da ricerche su fenomeni di massa. La televisione era piena di cose ragionate che avevano un senso, nonché lo stesso termine zapping ha permesso agli inglesi di capire la maturità del nostro lavoro.

Patrizia Di Gioia

progettista grafico
▶ via telefono
14.04.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciata al mondo della grafica.

D. Ho sempre avuto una grande passione per il disegno fin da quando sono piccola, che poi ho coltivato a livello personale fino alle superiori, momento in cui ho deciso di frequentare l'indirizzo grafica all'Istituto d'Arte di Modena. Dopo mi sono iscritta al DAMS a Bologna seguendo la sezione Arte per circa un annetto, esperienza che ho interrotto perché volevo lavorare ed essere indipendente, così ho deciso di frequentare un corso professionale (CFP) finanziato dalla regione Emilia-Romagna per progettisti di abbigliamento.
La scelta non è stata così casuale, bensì mi è sembrata logica perché da una parte l'indotto industriale modenese aveva diverse aziende del settore e dall'altra questo tipo di percorso formativo prevedeva un tirocinio aziendale che portava solitamente ad un'assunzione assicurata o lì oppure altrove attraverso lo scambio di nominativi. Sono durata in quell'ambiente per circa un anno, l'ambito del progetto della moda poteva andare bene solo temporaneamente, ma non era la mia priorità e ciò che cercavo. Da lì nel 1989 sono riuscita ad entrare in uno studio di grafica, lo studio Partesotti, fondato da Filippo Partesotti – ex socio dello studio Kennedy con Elisabetta Ognibene – come aiutante, dove mi pagavano a ore per piccoli lavori come: colorare i bozzetti, incollare il testo sulle bozze di layout, eccetera.
All'interno dello studio ho conosciuto un altro grafico che era lì da diverso tempo, ossia Jumbo Manfredini, che per me è stato davvero una grande fonte di ispirazione, perché una figura eclettica e piena di inventiva, con una visione creativa d'insieme molto all'avanguardia per i tempi; all'epoca faceva anche il cantante e gestiva un club. Nonostante mi pagassero a ore, mi sono accorta che era la mia grande passione. Poi sono stata assunta da Partesotti e sono rimasta per circa cinque anni. Questa esperienza professionale mi ha dato tanto, perché ho imparato un mestiere, e al contempo mi ha permesso di sviluppare tutte le mie passioni. Quando sono entrata lì si lavorava ancora in analogico, infatti sono una delle poche progettiste che può dire di aver vissuto il passaggio dall'analogico al digitale.
Se da Jumbo ho appreso l'essere curiosa e osare nella professione, il rigore e la professionalità, nel senso tradizionale del termine, l'ho appresa da Partesotti, che considero il mio maestro. Filippo di formazione era un architetto con uno spiccato interesse per la fotografia, l'arte e la grafica, di quest'ultima ne ha fatta la sua professione. La mia più grande fortuna è stata quella di lavorare con due figure agli antipodi, ma molto professionali, da un lato ho appreso la pulizia formale e la disciplina, dall'altro l'inventiva senza limiti. Inoltre da Filippo ho appreso a impaginare con i metodi e i processi analogici, ti faccio un esempio: all'epoca si impaginava usando delle schede di dimensioni standard sulle quali o c'erano già o si tracciava la griglia di impaginazione a mano. Una volta progettata la gabbia con matite, squadre e calcolatrice si mandava questo doppio foglio in tipografia che lo riproduceva tramite stampa su dei cartoncini della dimensione del formato scelto e dopo che il committente ti consegnava i testi dattiloscritti, si iniziava a lavorare con la tipografia. Questo prevedeva un altro tipo di procedimento, ossia 'battezzavi' l'apparato testuale scegliendo il tipo di carattere da utilizzare, il suo corpo e il suo peso, lo cercavi tra i cataloghi Letraset – che noi a volte fotocopiavamo con la fotocopiatrice che avevamo in studio per duplicare le lettere necessarie a formare i contenuti testuali – e iniziavi a comporre finché non ottenevi il risultato desiderato. Una volta individuata la formattazione giusta mandavi dal fotolitista i cartoncini composti di testo con tutte le indicazioni necessarie, per esempio indicavi che un certo testo era il titolo e doveva essere composto con quel corpo e quel determinato peso, e così via. Il prodotto definitivo della fotocomposizione era una pellicola, una strisciata con tutti i testi formattati secondo le nostre indicazioni. Quindi questa arrivata in studio veniva tagliata nei vari blocchetti di testo e titolazioni che a loro volta venivano incollati, o meglio, posizionati nello spazio predisposto dalla griglia precedentemente progettata. Infine ottenevi la bozza semidefinitiva alla quale aggiungevi le immagini, spesso fotocopiate per ridimensionarle e capire quale taglio effettuare. Il passaggio finale era il posizionamento delle immagini fotografiche o dei disegni su questo layout che poi veniva definitivamente consegnato in tipografia per la preparazione delle lastre e la stampa. In tipografia si arrivava con plichi di fogli incredibili, una quantità assurda di materiale.

P. Quanti erano i componenti dello studio Partesotti?

D. In studio eravamo noi tre: Filippo, come art director e fondatore, Jumbo e io. Ovviamente c'erano anche dei collaboratori esterni, perché era un periodo florido con tanto lavoro, ma noi tre eravamo il cuore dello studio. in quegli anni Jumbo aveva iniziato a lavorare per le discoteche, gestendo egli stesso un club, il Graffio, quindi spesso ci incrociavamo con i personaggi della scena musicale.

P. Quando prima mi stava parlando del procedimento analogico dell'impaginazione editoriale, ha nominato la fotocopiatrice. Di quali strumentazione elettronica disponevate in studio?

D. Nessuna! I nostri strumenti di lavoro erano: una calcolatrice per calcolare le dimensioni esatte delle griglie progettate; le squadre; la riga; il tecnigrafo; le forbici; lo scotch; i pennarelli Uniposca; i colori Pantone. Difatti la fotocopiatrice era l'unica attrezzatura tecnologica, che si usava anche per sviluppare la propria creatività e sperimentare con l'elaborazione delle immagini, ad esempio, se quando stavi fotocopiando qualcosa muovevi l'immagine il risultato finale restituiva qualcosa di mosso, operazioni che adesso puoi fare tranquillamente con un comando di Photoshop. La fotocopiatrice era quanto più si avvicinasse al processo di elaborazione di un certo tipo dell'immagine. Queste competenze mi sono servite molto per sperimentare e comprendere meglio il processo di ideazione, un procedimento sicuramente più diretto, oltre che manuale. Secondo me, era un processo più vissuto a livello mentale e creativo, perché prima di arrivare al risultato che avevi in mente, dovevi arrivarci provando e provando e ancora provando. Sono contenta di aver vissuto questo momento di transizione, perché lavorare in analogico a livello mentale, mi ha permesso di acquisire una metodologia e un processo più attivo, quasi fisico perché vissuto in prima persona senza il filtro del computer. Questo non vuol dire che sono contraria alla digitalizzazione, anzi.

P. Per quanto tempo ha continuato a lavorare nello studio Partesotti?

D. Sono rimasta lì per cinque o sei anni. Quando lavoravo da Filippo mi ero fidanzata con Giorgio de Mitri, che all'epoca frequentava la facoltà di Scienze Politiche e aveva iniziato a interessarsi al mondo della comunicazione visiva, nello specifico assieme abbiamo iniziato a lavorare nell'ambito dei club e delle discoteche, iniziando ad occuparci delle prime campagne di alcuni locali nel modenese, credo che fosse il 1991-92. Quindi di giorno lavoravo da Filippo e la sera/notte mi dedicavo ai nostri lavori progettando manifesti, biglietti da visita e flyer. Piccola parentesi: nel 1989 Giorgio aveva fondato su invito dell'editore Ettore Zanfi la rivista *MenteLocale*, prima in Italia a occuparsi della cosiddetta club culture, tra discoteche, moda e musica, e particolarmente attenta alle culture giovanili emergenti come l'hip hop. Quando poi abbiamo iniziato a ingranare con i club più importanti della scena della riviera (Spirity, Paradiso, Peter Pan, Matis ed Echoes), ho deciso di mettermi in proprio con Giorgio e abbiamo fondato lo studio de Mitri & Di Gioia. Una precisazione, nel caso delle discoteche

Matis ed Echoes noi eravamo dei collaboratori esterni, perché avevano già i loro art director, tipo il progettista grafico bolognese Andrea Carnoli – arrivava dall'esperienza degli anni Ottanta di Complotto Grafico, il collettivo di Garattoni –. Quelli sono stati anni interessanti e significativi per la cultura giovanile, di cui non ho conservato nulla, o meglio, non ero così attenta alla questione dell'archiviazione. Però di sicuro ho conservato tutta la serie dei manifesti della campagna realizzata per lo Spitity di Cavezzo, nella bassa modenese, fondato da Simona Giorgis.
Una volta conservavo in un book tutti i biglietti realizzati per le discoteche, ma l'ho perso.

P. Quando ha iniziato a utilizzare il computer? Ricorda che modello ha usato?

D. Ho iniziato a progettare con il computer quando ho iniziato ad occuparmi della comunicazione dei club. Non ho frequentato alcun corso, mi sono approcciata da autodidatta. Anche perché il computer era uscito da molto poco, almeno qui in Italia e difficilmente si trovavano corsi. Ho iniziato a smanettare con i programmi, a posteriori credo che essermi occupata di lavori per l'ambiente del divertimento notturno mi abbia permesso una maggiore libertà e così è filato tutto liscio. Poi ho iniziato a gestire meglio la macchina ovviamente e lo utilizzata anche per lavori più complessi e 'seri', come i progetti editoriali, mia grande passione. La mia passione è fare libri, impaginare libri.
Per quanto riguarda il modello e l'anno preciso in cui ho iniziato a utilizzare il digitale devo confrontarmi con Giorgio. Allora ho iniziato a utilizzare il computer attorno al 1991, abbiamo prima comprato un PC, dove avevo installato il software CorelDraw, utilizzandolo per un breve periodo. Quindi il passaggio dall'analogico al digitale è avvenuto con un PC!
Successivamente siamo passati a un computer della Apple perché più potente e idoneo ai progetti di grafica. Il primo modello acquistato è stato il *Macintosh Quadra 950* con una CPU molto potente e più veloce, immesso in commercio nel 1992.
All'inizio lavoravamo da casa, solo nella prima metà degli anni Novanta abbiamo deciso di prendere uno spazio esterno e da lì poi ci siamo strutturati meglio come realtà progettuale.

P. Ricorda per caso se avevate acquistato il computer direttamente a Modena o da un rivenditore esterno che distribuiva a Reggio Emilia o a Milano?

D. Anche in questo caso bisogna chiedere a Giorgio e lui mi conferma di averlo acquistato direttamente qui a Modena.

P. Cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel campo del progetto grafico? Cos'è cambiato nel passaggio dall'analogico al digitale?

D. Allora ero molto contenta del passaggio avvenuto, nel senso che la tecnologia non è mai stata una mia passione, ma in quel determinato momento lì è stato uno strumento che sicuramente ha velocizzato il lavoro in termini di tempo, ma anche l'intero processo progettuale. Mi spiego meglio, è stato come essere in aeroporto e prendere i tapis roulant per arrivare prima al gate, il paragone per me è quello, il computer in un certo senso mi ha lanciata oltre, potenziando le mie capacità. Sicuramente mi ha dato maggiori possibilità, è chiaro che essere partita con l'analogico, in cui i risultati apparivano molto soddisfacenti perché avevo intrapreso l'intero percorso, dava una soddisfazione ineguagliabile, però non ho rimpianti verso l'analogico. Mi ritengo fortunata di aver vissuto la transizione, perché mi ha consesso maggiore consapevolezza del mio lavoro.

P. Oltre alle prime committenze legate al mondo della club culture, quali altre tipologie di committenza avete avuto principalmente negli anni Novanta? Quanto secondo lei, la tipologia di committente ha influenzato la diffusione di linguaggi sperimentali nell'ambito del graphic design?

D. La nostra committenza è sempre stata molto mirata al mondo della moda, tipologia molto interessante perché il progettista deve passare la comunicazione di questo prodotto attraverso diversi step, artefatti e media che si contaminano tra di loro, ad esempio la fotografia ha un ruolo importantissimo ed è affasciante tutto il mondo attorno allo shooting fotografico legato alla moda. Tra i grandi brand con i quali abbiamo lavorato in quegli anni ci sono Energie, Mandarina Duck, Nose Scarpe, Slam Jam. Eravamo molto interessati alla *street culture* e quindi spesso abbiamo lavorato con aziende che producevano *street wear*.

Sulla seconda domanda, non so. Sinceramente abbiamo sempre lavorato con una committenza specifica, che ci piacesse e fosse affine al nostro modo di pensare la comunicazione. Abbiamo detto anche tanti no, rischiando, però così abbiamo mantenuto una coerenza nel processo di costruzione del nostro lavoro, della nostra professione. Eravamo specializzati in un certo tipo di linguaggio e in una specifica modalità comunicativa, perciò i committenti in cerca proprio questo approccio sono venuti direttamente da noi.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali rispetto alla scena grafica internazionale oltre ai già citati Neville Brody e David Carson? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito ad arricchire il suo bagaglio culturale.

D. Con Giorgio abbiamo acquistato un quantitativo di libri e di riviste straniere che adesso fanno parte della collezione della Fondazione de Mitri. Guardavamo soprattutto la scena internazionale e non solo nel settore del graphic design, ma della cultura visiva a 360°. Negli anni Novanta guardavo soprattutto i-D, *The Face*, *Select*, *Interview*, *Arena*, giusto per citartene alcune

P. Come definirebbe la scena grafica modenese degli anni Novanta?

D. Noi eravamo i più forti! In realtà a Modena in quegli anni convivevano diverse realtà della comunicazione, c'erano ancora lo studio di Partesotti e quello di Betta Ognibene, che rappresentavano la generazione precedente alla nostra, coloro appena più grandi di noi, però loro avevano praticamente costruito le basi della grafica qui a Modena. Noi, la generazione successiva, eravamo 'i monelli' della scena modenese. Loro continuavano a fare un ottimo lavoro, però più istituzionale, nel senso che lavoravano prettamente nel settore pubblico e delle istituzioni culturali locali. Noi come studio lavoravamo con realtà esterne ed estere, quindi eravamo fuori dalla realtà locale.

P. Perché, secondo lei, negli anni Novanta Modena è stato un centro, un fulcro della grafica sperimentale e innovativa? Da cosa è dipeso tutto questo fermento progettuale?

D. Credo che questo che descrivi come clima un periodo fecondo sia dipeso da una parte dalla dimensione piccola della città, e dall'altra dalla presenza costante di personaggi importanti e capaci di aver diffuso la cultura artistica e visiva nel territorio. Queste figure hanno fatto da fulcro attorno a cui poi ruotavano diversi settori: l'arte, la fotografia, la musica, la moda e di conseguenza la grafica. In particolare Filippo gestiva la comunicazione di diverse realtà culturali cittadine importanti, collaborava con Oscar Goldoni, storico direttore della Galleria Civica, nonché colui che istituì l'Ufficio grafico all'interno del comune. Attorno a Filippo si muovevano diversi mondi e si incrociavano diverse generazioni.
Altro contributo importante arrivava dalla presenza del club Il Graffio, fondato da Jumbo, che trasformò la città in un crocevia di musicisti di nicchia e un punto di approdo per i giovani appassionati di musica. Ora mi hai fatto venire in mente che con Giorgio abbiamo curato per diversi anni la rivista musicale *Discomix Magazine* (1989-2006), sotto la mia direzione artistica, grazie all'amicizia con Fabio Carniel, il proprietario di un negozio di vinili qui a Modena, nonché dj e guru della musica: il suo negozio era meta di tutti i dj italiani e stranieri.

P. Ha mai preso parte a dibattiti sulla diffusione del digitale?

D. Oddio, no, non avrei potuto. Devi sapere che io sono timidissima, quindi non sono capace di parlare in pubblico. È stato Giorgio a occuparsi della parte relazionale sia con il vecchio studio sia con l'attuale agenzia Sartoria Comunicazione fondata nel 1998. È anche più bravo a esprimersi.

P. Come studio de Mitri & Di Gioia avete mai preso parte a mostre o eventi collettivi sulla grafica italiana degli anni Novanta?

D. Siamo stati pubblicati su diverse pubblicazioni che si occupavano di *club culture* come il volume *Tribes Scribe*, curato da Jumbo. Poi ai tempi Giorgio ha iniziato a occuparsi del mondo della *street culture*, non solo legato all'abbigliamento, e da lì ha avviato una serie di collaborazioni che lo vedono vestire i panni di curatore di mostre ed eventi vari.

P. Mi risulta dalla ricerca effettuata che siete stati scelti tra i progettisti grafici esposti alla mostra *20x20 Climax vs Apple* ospitata a Rimini all'interno della fiera *NightWave* nel 1997. Ricorda qualcosa di quell'evento?

D. Sinceramente non ricordo. Semmai abbiamo partecipato a questo tipo di eventi musicali con la rivista *DiscoMix Magazine* di cui ti parlavo prima.

P. Adesso parliamo dei lavori editoriali che ha progettato, tra cui le riviste *Cube* e la brand magazine di Nike, *Swoosh*. Come e quando è nata l'idea di realizzare la rivista *Cube*? È interamente realizzata con il computer?

D. Nel 1990 abbiamo ideato parallelamente a una serie di committenze grosse, la rivista autoprodotta *Cube*, una sorta di palestra o spazio libero in cui potevamo esprimere al meglio noi stessi sia dal punto di vista della veste grafica sia dal punto di vista dei contenuti.
Lavorare su qualcosa di esclusivamente nostro, su tematiche a noi confacenti anche a scopo autopromozionale è stata un'esperienza significativa, soprattutto per me. Occuparmi del progetto editoriale senza alcun vincolo è stato davvero liberatorio. In questo progetto traspare moltissimo la mia passione per la tipografia e la forma delle lettere in generale, soprattutto per quella espressiva, ossia un uso sfrenato e compulsivo delle font, come insegnava la bibbia di quegli anni Neville Brody nella rivista *Fuse*, dalla quale prendo ispirazione. Noi eravamo abbonati a *Fuse* e questo ci permetteva di avere in anteprima i caratteri digitali della fonderia FontShop tramite il floppy distribuito con il suddetto periodico. Ecco, nel progetto editoriale di *Cube* utilizzavo soprattutto questi caratteri che rappresentavano l'anima di quel periodo storico. Ora quando riguardo quel progetto e il layout così 'scatenato' sudo un po' freddo! Allora era importantissimo l'impatto visivo della font! Dopo Brody guardavo tantissimo i lavori di David Carson, ecco loro sono stati i miei riferimenti grafici internazionali.
Ritornando alla rivista *Cube*, dal punto di vista dei contenuti abbiamo attinto alle passioni di Giorgio sulla *street culture*, dalle sue relazioni con artisti, fotografi e musicisti. Questa rivista autoprodotta è stata sponsorizzata da alcuni brand che erano nostri clienti.
Poi questa rivista ha subito tre grandi passaggi/trasformazioni, quando abbiamo iniziato nel 1990-91 è stata ideata come uno strumento promozionale con un formato quadrato, se ricordo bene un 16x16 cm, con poche pagine, forse un ottavo o un sedicesimo. L'idea era nata rifacendoci alle pubblicità che eravamo soliti realizzare per le discoteche, ovvero spedire via posta i biglietti/inviti con un indirizzario sul retro per fare e farci promozione.
Successivamente nel 1992-93 il quadrato promozionale si trasforma nella rivista che hai preso in prestito, in un formato più grande e con contenuti e veste grafica più articolata. Dopo nel 1998 è avvenuta la transizione in bookzine, qualcosa di più ricercato e meno caotico. L'ultima trasformazione è avvenuta nel 2000 quando decidiamo che questo progetto sarebbe diventato qualcosa di iconico, trasformandolo in un vero e proprio libro monografico interamente dedicato ad un artista o a uno specifico argomento da trattare, frutto di una ricerca concettuale più matura. Difatti gli ultimi volumi di *Cube* sono connotati esclusivamente da immagini e nient'altro. È una ricerca visiva vera e propria. Il prodotto finale è un libro vero e proprio, senza apparato testuale.

P. Cosa mi racconta invece della rivista aziendale *Swoosh*?

D. Nel 1996 abbiamo partecipato a un concorso e la Nike ci ha affidato il progetto del brand magazine *Swoosh*, di cui hai una copia. Una rivista attenta alla cultura contemporanea, una specie di trampolino di lancio per i trend sportivi.

P. Ho riscontrato delle similitudini nel progetto grafico delle due riviste, immagino che sia sempre un progetto ideato da lei. Cos'hanno di diverso oltre alle ragioni per cui sono state progettate?

D. Hanno sicuramente degli aspetti visivi simili, ma per il progetto di *Swoosh* sono stata più cauta nell'uso della tipografia, nel senso che essendoci dietro una committenza non potevo osare così tanto, diciamo che rappresenta anche un progetto editoriale più maturo. Il messaggio doveva essere immediato e soprattutto leggibile.

Maddalena Fabbri

progettista grafico
▶ via telefono
05.05.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto.

F. Sono nata a Rimini nel 1965, sono cresciuta in una famiglia che si occupava di comunicazione, mio padre Gianni Fabbri, è stato il fondatore del club *Paradiso* a Rimini, facendone uno dei luoghi più significativi della Riviera e dei più conosciuti d'Italia.
Per staccarmi dagli interessi di famiglia nel 1984 mi sono iscritta all'Accademia di Belle Arti di Bologna, con indirizzo scenografia, di fatto sono approdata al mondo della grafica successivamente. Ho concluso gli studi nel 1988 e di seguito, avendo compreso che ero più interessata al mondo della comunicazione, ho frequentato un corso biennale di Illustrazione editoriale e grafica pubblicitaria, promosso dal Comune di Bologna, in cui ho avuto l'opportunità di conoscere la figura di Giampaolo Chiese, noto illustratore italiano. Non ho concluso i due anni perché il corso era molto complicato e poi volevo mettermi subito alla prova con la professione.
Successivamente ho sentito l'esigenza di specializzarmi in qualcosa che mi potesse permettere di lavorare in diversi ambiti, tenendo conto soprattutto della realtà socio-economico della riviera romagnola, così mi sono iscritta nel 1990 al corso di Progettazione grafica pubblicitaria per il Turismo promosso dalla Provincia di Rimini (CEE), dove avevano tenuto qualche lezione anche alcuni insegnanti dell'ISIA di Urbino, tra cui Massimo Dolcini.
Durante questo corso ho iniziato a collaborare con lo studio Jader Bonfiglioli per circa un anno.

P. Dopo questo inizio un po' rocambolesco nel campo della progettazione grafica, quali sono state le sue successive esperienze professionali? E quando ha avuto modo di lavorare per la prima volta con il computer?

F. Ho avuto modo di iniziare a lavorare con il computer nel 1987, con il modello *Mac LC Classic*, credo uno dei primissimi modelli in commercio. Da lì in poi ho sempre principalmente lavorato con questo strumento.
Dopo l'esperienza nello studio di Bonfiglioli negli anni successivi ho collaborato come grafica freelance soprattutto con due agenzie di comunicazione presenti a Rimini: la Publiprom e la Relé Rimini.
Soprattutto per quest'ultima ho avuto modo di curare le campagne di alcune manifestazioni culturali dei Comuni di Rimini e Riccione, tra le quali la Sagra Musicale Malatestiana e la mostra *Riccione in camicia nera... e in costume da bagno*, oltre di eventi economico-turistici quali *Gradisca*, nelle edizioni 1994, 1995 e 1996.
Parallelamente collaboravo sporadicamente con pochi club notturni della zona. Poi nel 1998 ho avuto l'opportunità di lavorare in uno dei più importanti studi di grafica del centro Italia, ossia lo studio Dolcini Associati, esperienza fondamentale per comprendere il valore della nostra professione e per comunicare con rigore e creatività. È stata un'agenzia in cui la passione per il progetto grafico ti guidava ad aprire la mente e il cuore.
Negli anni in cui ho lavorato per Dolcini Associati ho avuto modo di conoscere altre figure professionali altrettanto importanti come Leonardo Sonnoli, all'epoca art director dello studio, e Davide Riboli, uno dei copywriter. Seppure è stata un'esperienza di soli due anni, perché sentivo già di avere una mia 'identità grafica', il tempo passato alla Dolcini Associati è stato la base fondamentale della mia conoscenza, la definisco davvero una grande opportunità.

P. Quando ha iniziato ad occuparsi della comunicazione visiva dei club notturni della riviera romagnola?

F. Ho iniziato a occuparmi dell'identità dei club notturni tra il 1989 e il 1990, lavorando per circa due anni per il locale lo street club di Rimini, locale inserito nel circuito Arci.
Mi sono inserita all'interno di un settore in crescita in quegli anni. Infatti non sono stata l'unica a occuparmi dell'identità dei locali, c'erano altri progettisti con i quali si cercava di non pestarsi i piedi.
La collaborazione più duratura è stata quella con il Cocoricò, dove ho ereditato il ruolo ricoperto negli anni precedenti da Alessandra Morcella. Ho lavorato per questo locale per circa dieci anni, fino al 2005 circa, dove ho assistito anche al declino di queste realtà dell'intrattenimento.
Per un breve periodo tra la fine degli anni Novanta e l'inizio degli anni Duemila mi sono occupata anche della comunicazione di una delle realtà bolognesi di punta all'epoca, ossia il Link. Anche qui credo di aver in parte ereditato le esperienze pregresse dello studio Loew Associati.
In questa proficua carrellata di collaborazioni ho sperimentato a 360° con: lo stile, i formati, le carte, le tecniche di stampa e gli inchiostri per flyers e inviti; progettando di tanto in tanto anche per il web e occupandomi del disegno dei prodotti di merchandising, come t-shirt e gadget vari. Molti dei miei lavori sono stati pubblicati su diverse riviste, soprattutto quelle italiane.

Silvio Fuso

direttore e responsabile del settore videografico del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny
▶ Venezia
09.09.2020

Prima di iniziare l'intervista vorrei fare una premessa, preliminare per capire meglio tutte le scelte fatte dal gruppo che seguiva Palazzo Fortuny alla fine degli anni Settanta. Fondamentalmente tengo a precisare che noi non ci siamo accostati a queste discipline, in primis la fotografia, per un interesse meramente estetico-artistico, ma più per una questione espressivo-professionale.

P. Dopo questa premessa, intuisco che la prima mostra che avete curato come Palazzo Fortuny è stata proprio quella *Venezia '79 – la Fotografia*.

F. In realtà no, la prima mostra è stata quella del 1978 su Mariano Fortuny e la sua collezione, dal titolo *Immagini e materiali del laboratorio Fortuny*. Come si può evincere dal titolo è stata la prima mostra che, a mio avviso, è coassiale con gli intenti del successivo Centro di Documentazione, nato poco dopo sul piano meramente istituzionale, ma che già si progettava da tempo. Noi l'abbiamo chiamato Centro di Documentazione per motivi in fondo un po' subdoli, perché allora si usavano i centri di documentazione. In realtà quello che noi volevamo era istituire un polo formativo ed espositivo dedicato allora alla fotografia e ai suoi aspetti professionali e storico-espressivi. Noi non pensavamo e non abbiamo mai pensato, anche se poi è successo successivamente, di fare dei discorsi sulla fotografia come quella volta lo era, un'arte in sedicesimo. In fondo i titoli stessi delle mostre fanno emergere lo spirito e soprattutto l'approccio di Sandro Mescola e il mio a queste discipline.
Per esempio, una mostra del 1982, che parrebbe quella con uno scopo più estetizzante, dal titolo *Cecile Beaton – 60 fotografie 1922-1971*, in realtà era una mostra che analizzava e mostrava anche i lavori di Beaton come reporter di guerra, scelti appositamente perché ci permettevano di mostrare come un fotografo di moda si occupasse anche di altro, sottolineando soprattutto l'aspetto della professionalità di Beaton. Per noi quest'ultimo aspetto doveva prevalere sugli altri.
Altri titoli degli inizi sono abbastanza chiari, riguardano la storia della fotografia, come ad esempio l'esibizione *I calotipi della Società francese di fotografia* (1981) a cura di Romeo Martinez aveva un taglio ovviamente storico.
Una mostra alla quale io sono particolarmente legato è quella svoltasi nel 1982 su Eugene Atget e curata da John Szarkowski attraverso la casa editrice Idea Books che all'epoca ci mise in contatto con il curatore.
Con modestia posso dirti che abbiamo organizzato mostre all'avanguardia per gli anni Ottanta.Ritornando all'argomento che interessa più a te, nel 1983 abbiamo realizzato questa mostra *Tron. Giochi video, l'elettronica nella scenografia* ed è stata a mio avviso la prima esposizione che abbiamo ospitato nel settore della videoarte/videografica del Centro di Documentazione. Mi pare che avessimo aperto questo settore nel 1982, tre anni dopo l'istituzione del Centro stesso, che vedeva me come responsabile e Sandro Mescola come direttore del Museo Fortuny.

P. Quindi qual è stato il suo ruolo all'interno del Centro di Documentazione del Museo Fortuny?

F. Io ero il responsabile delle attività espositive e contemporaneamente del settore video, videografica. Dopo questa prima esperienza della mostra *Tron*, il 1984 si connota come un anno di successi dal punto dell'offerta espositiva, perché abbiamo portato a Venezia la mostra *Il Nuotatore (va troppo spesso ad Heildeberg)* e quella monografica su Helmut Newton, in cui ci sono sconfinamenti nel mondo della moda e delle arti minori. A noi interessavano gli ambiti che spesso negli anni Ottanta iniziavano a mescolarsi, anche grazie alla tecnologia. Quindi eravamo attentissimi a prestare l'adeguata attenzione alle nuove discipline, ma on per una questione di tendenze, bensì perché ci sembravano che rappresentassero campi fertili per indurre a riflessioni professionali e non. Di conseguenza il cinema, la scrittura di sintesi digitale, la videoarte, la videografica hanno fatto parte dei settori del Centro di Documentazione sia per un interesse storico-espressivo sia – ripeto – per l'intrinseco legame con la realtà produttiva, non ci interessava l'autorialità dell'artista o del fotografo o del progettista. Ci affascinava anche l'alto grado di spettacolariz-zazione di questi settori, perché, ad esempio, con la mostra di Helmut Newton ci sembrava di rappresentare il massimo dell'espressività, dell'efficacia spettacolare e della professionalità, racchiuse in un unico autore.
Ritornando all'ambito video, con la mostra *Il Nuotatore* abbiamo sancito la maturità di questo settore, eravamo pronti ad ospitare questo tipo di tematiche e espedienti scenico-allestitivi. Di fatto, oltre ad aver avuto molto successo, ha aperto la strada a molti professionisti che ancora adesso sono una voce autorevole nel campo, come Studio Azzurro. Con loro iniziammo la nostra collaborazione proprio con questa mostra.
Facendo un salto temporale, dal punto di vista espositivo, il 1987 è stato un altro anno abbastanza cruciale delle attività del Centro, con l'organizzazione di tre mostre di un certo spessore, in particolar modo quella di fotografia, *Dialectical Landscape – Nuovo paesaggio americano*, curata da Paolo Costantini, e quella di grafica *Pacific Wave – California Graphic Design*, curata appunto da Giorgio Camuffo e Roberto Barazzuol. Queste iniziative hanno introdotto una modalità nuova per Palazzo Fortuny, ossia la presenza degli autori, che successivamente tenevano dei workshop gratuiti aperti al pubblico. Queste mostre sono il frutto di un lavoro collettivo e della sintonia presente nella squadra che avevamo formato con Sandro e, seppur diversissime tra di loro, queste esposizioni sono state scelte con una grande attenzione e criterio di ricerca. Non volevamo restituire l'idea di un eclettismo di fondo.
Altra cosa che va detta, uno dei prodromi del settore video è stata, passando in questo caso ai corsi, all'attività formativa di Palazzo Fortuny, la possibilità di accedere gratuitamente a questa formula di esperienza laboratoriale tenuti dai professionisti, collateralmente all'attività espositiva.
Abbiamo avviato la modalità laboratoriale e formativa del Fortuny nel 1981, con diversi ospiti d'eccezione, da citare sicuramente Oliviero Toscani, Aldo Ballo, Alfredo Pratelli, ad esempio con Newton abbiamo deciso di istituire dei corsi di fotografia con lui per i consiglieri delle municipalità di Venezia.
Durante questi corsi ho iniziato a intuire che la parte grafica potesse essere una prospettiva futura, soprattutto durante quelli dedicati alla fotografia pubblicitaria, in cui essa di avvaleva di discipline o di sistemi di immagine non più soltanto fotografici. Quando abbiamo avuto a che fare con Toscani o con Pratelli, abbiamo avuto la percezione che qualcosa stesse cambiando. In effetti una delle cose che più lo prova sono stati dei corsi di tecniche video per fotografi che abbiamo organizzato nel 1983. Il nostro approccio a questi mondi e professioni paralleli è stato graduale.
Dal punto di vista del video abbiamo ospitato oltre a Paolo Rosa e Studio Azzurro, anche Occhio Magico, Alchimia e Antonella Ruggiero, purtroppo dei loro corsi non ricordo molto.
Con il workshop del 1984 in cui ospitammo BART (Bay Area Rapid Transmission) avevamo ricreato una videoroom per visionare il materiale video che arrivava direttamente dagli Stati Uniti.

P. In quale occasione avete incontrato Maria Grazia Mattei, che successivamente diventò responsabile del settore videoarte e tecnologie per il Centro di Documentazione?

F. Credo alla Biennale del 1986, ma non sono sicurissimo.
Rispetto alle nuove tecnologie posso dirti che abbiamo ospitato diversi convegni con partner grossi, come Olivetti nel 1992.
I filoni di interesse intrapresi dal Centro in quegli anni sono essenzialmente due: la videografica e l'immagine di sintesi digitale, ossia la grafica 3D e il multimediale. Questo

sottolinea ancora una volta la nostra attenzione verso le professioni dell'occhio e non verso gli artisti in quanto tali.
Ci siamo distinti dagli altri centri del nord Italia proprio per i filoni di ricerca intrapresi e per l'internazionalizzazione, ad esempio percorrevamo due strade parallele con il centro di Ferrara che si occupava propriamente di videoarte, faccio riferimento a VideoSet.
L'internazionalizzazione è stata portata soprattutto dagli altri responsabili di settore che avevamo individuato e coinvolto nella nostra squadra, in questo caso faccio riferimento alla Mattei, a Costantini e a Camuffo, delle persone che avevano una prospettiva e una curiosità internazionale. Questo ci ha dato la possibilità di indagare le metodologie che le altre nazioni applicavano nelle discipline da noi affrontate.
Un altro grande mondo che pareva aprirsi e che poi effettivamente non si è aperto è il mondo dell'immagine e degli spazi virtuali, che è stato poi scippato negli anni Duemila dal mondo cinematografico.

P. Come è arrivato a lavorare per l'istituzione culturale Palazzo Fortuny?

F. Quando ho finito il servizio militare – non ero ancora laureato – un mio amico, Giorgio Busetto, mi ha presentato a Giuseppe Mazzariol, il quale mi ha scelto come assistente di un suo corso all'UIA – Università Internazionale dell'Arte, fondata e diretta dallo stesso Mazziarol. Lentamente sono traghettato dall'UIA a Palazzo Fortuny con altre figure, come Sandro Mescola e Rossella Guerri, conosciuti durante l'esperienza all'UIA. Aver lavorato in un'istituzione internazionale come lo era l'UIA mi ha permesso non soltanto di aprirmi verso l'estero, ma soprattutto di venire in contatto con le differenti discipline che connotavano i corsi. Posso affermare di essere venuto a contatto con la grafica per la prima volta durante questi anni, Mazzariol tentò infatti di colmare un vuoto formativo nazionale sul design e la grafica inserendolo nel programma dell'UIA.
Quando poi sono approdato al Fortuny sono stato direttamente coinvolto in questo progetto del Centro di Documentazione, ideato da Mescola – che lavorava all'interno dell'istituzione dal 1974 –.
A proposito della domanda precedente sul mio ruolo all'interno del Centro, io sono entrato prima come funzionario del Comune, ma più tardi mi è stata affidata la direzione degli spazi espositivi. Di fatti non avevamo una gerarchia verticale fissa, Sandro sicuramente era il direttore del Centro, ma eravamo un po' interscambiabili. Per me Sandro è stato il vero artefice della stagione fortunata sia del Centro sia di Palazzo Fortuny, la sua testardaggine e la sua incoscienza ci hanno permesso di spingerci oltre, guardare verso il futuro, facendo spesso scelte azzardate.
Ognuno di noi ovviamente ha dato il suo personale contributo. Mi sento di aggiungere, ritornando alla questione dell'interesse verso ambiti diversi dalla fotografia, che per quanto riguarda la grafica o la computergrafica ci interessava il contributo concreto apportato al mondo del lavoro.

P. Quando è stato fondato il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny? Da quali settori o ambiti di ricerca era costituito?

F. Il Centro di Documentazione è stato ideato nel 1978, ma forse è stato costituito istituzionalmente nel 1979. C'era il Museo che seguiva più gli aspetti legati a Mariano Fortuny e aveva uno sguardo al passato, e poi c'era il Centro più orientato sul contemporaneo intrecciando l'attività espositiva a quella laboratoriale, principiando tutto dal settore della fotografia.
Più che parlare di veri è propri settori, li individuerei come filoni seguiti più specificatamente da un singolo individuo che venivano cambiati dopo qualche anno. Mi riferisco appunto alle collaborazioni con Paolo Costantini, con Maria Grazia Mattei e con Giorgio Camuffo.

P. In riferimento a Giorgio Camuffo, come e quando nasce il sodalizio tra lui e Palazzo Fortuny?

F. Giorgio l'ho conosciuto durante un workshop di fotografia pubblicitaria di cui non ricordo il nome. La figura di Giulio Cittato sicuramente ha fatto da legante tra noi e Giorgio, perché Cittato curava la grafica dei manifesti del museo negli ultimi anni Settanta e successivamente Giorgio credo che abbia lavorato per lui. Infatti qualche anno prima della sua morte chiedemmo a Giorgio di seguire la grafica del Fortuny.
Poi al nostro fotografo Giorgio Molinari piaceva molto l'intraprendenza di Camuffo e così divenne parte del nostro team.

P. Da chi è partita l'ideazione della mostra *Pacific Wave – California Graphic Design* del 1987?

F. L'ideazione della mostra è venuta direttamente da lui. Per usare una metafora cinematografica, il Centro di Documentazione funzionava un po' come le grandi case di produzione, alcune mostre le abbiamo ideate noi, altre invece ci venivano proposte e noi successivamente le affinavamo assieme. In questo caso abbiamo dato molto credito a Camuffo, allora molto giovane, e soprattutto lui si era impegnato a portare in Italia i progettisti grafici americani del tutto inediti nel panorama espositivo italiano. Le proposte spesso diventavano delle iniziative straordinarie e opportunità di crescita per tutti.

P. La mostra *Pacific Wave – California Graphic Design* è stata organizzata in collaborazione con alcune aziende diventate partner tecnici per i workshop, questa una pratica era stata già collaudata per altre mostre?

F. Forse peccando un po' di presunzione, siamo stati i primi a chiedere sponsorizzazioni in servizi piuttosto che in denaro, come già era successo per lo svolgimento dei workshop, soprattutto occupandoci di ambiti in cui erano necessarie strumentazioni nuove e costose.

P. Fino a che anno è rimasto operativo il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny?

F. Il Centro di Documentazione inizia a sgretolarsi come conformazione attorno al 1994, quando è stato istituito il circuito dei Musei Civici Veneziani e Palazzo Fortuny si trasforma istituzionalmente in un museo. Allora sono diventato direttore e ho continuato comunque a portare avanti la mia personale visione, seppur con qualche rallentamento.

P. Nel ricostruire gli eventi legati al digitale svoltisi nel territorio veneziano negli anni Novanta, mi sono imbattuta nella manifestazione *Zuppa digitale* (1996 e 1999) è stato coinvolto anche il Museo Fortuny?

F. No. La manifestazione *Zuppa digitale* è stata organizzata dall'Assessorato alla Cultura e allo spettacolo del Comune di Venezia, un po' perché oramai i rapporti lavorativi con Mescola si erano freddati e inoltre perché abbiamo preso due strade diverse. Credo che il Centro si sia sgretolato, non solo per le vicende personali, ma soprattutto perché la spinta propositiva verso i nuovi ambiti disciplinari è andata sciamando verso l'inizio degli anni Novanta. Personalmente poi io ho virato i miei interessi più verso la strumentazione applicata al mondo del virtuale, per intenderci alla digitalizzazione della collezione permanente del Museo Fortuny.

P. Da dove è scaturita l'idea di accostare l'attività espositiva a quella formativa-laboratoriale che vi ha conferito l'appellativo di 'bottega' in un articolo del quotidiano l'*Unità*?

F. Per me dalla nostra esperienza lavorativa all'UIA. In primis io e Sandro abbiamo 'succhiato' questa modalità dall'UIA e l'abbiamo fatta nostra, motivo per cui il debito nei confronti di Mazzariol è totale, poi dall'esperienza della mostra *Venezia '79*, dove ci siamo accorti, sporcandoci le mani, che la fotografia lavora e si fa comprendere grazie ai workshop, un'attitudine molto anglosassone.

Sebastiano Girardi

progettista grafico
▸ Venezia
05.05.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

G. Sono nato nel 30 marzo del 1964 a Venezia e ho iniziato a occuparmi di grafica nel 1984. Quel periodo per me è stato fondamentale, perché ho vissuto l'approccio al graphic design e il successivo passaggio dall'analogico al digitale con uno sguardo da ragazzino, alla fine avevo 20 anni. Anche se inizialmente lavoravo per mezza giornata solo successivamente, dopo un anno, ho capito che in realtà io stavo lavorando e quello era il mio lavoro. Quindi ho iniziato così, come se tutto fosse un po' un gioco che mi ha portato ad abbandonare l'università e insieme a Giorgio Camuffo ho vissuto quegli anni in prima persona. Tutto quel periodo storico corrisponde al momento della nascita del computer Macintosh dell'Apple, l'avvento del computer ha scaturito una serie di cose ed eventi per me e Giorgio, poi entrano in gioco anche l'assessorato della cultura del Comune di Venezia, persone come Sandro Mescola, eccetera.

P. Quindi ha iniziato a lavorare subito con Giorgio Camuffo?

G. Sì, abbiamo iniziato insieme. Prima si facevano dei lavoretti da casa, poi insieme abbiamo creato il primo studio e ci siamo fatti affiancare da una ragazza che si occupava delle illustrazioni. Se ricordo bene, nei primi anni Ottanta avevamo già realizzato dei lavori per il gruppo Benetton (Benetton basket, Benetton jeans, Benetton Formula 1) e a seguire i progetti d'identità per la candidatura dei giochi di Cortina per le Olimpiadi Invernali del 1992 e per le aziende di orologi Bulova e Swatch. Ecco per quest'ultima abbiamo svolto più un lavoro di curatela, coinvolgendo illustratori e grafici per disegnare gli orologi.

P. Quando avete iniziato ad utilizzare il computer in studio?

G. Noi in studio conservavamo una pellicola esemplificativa di un lavoro realizzato agli esordi a sei mani con il computer dove io, Giorgio e Massimo De Luca utilizzando il *Mac Plus II* (il piccolo del Mac), lavoravamo in tre per disegnare un quadrato e un cerchio, insomma giocavamo con la geometria. Così facendo abbiamo creato questa pellicola, ovvero la prima cosa che abbiamo deciso di disegnare a computer e di stampare su un A4.
Ripercorrendo la nostra storia e rispondere alla tua domanda, dal 1987 fino al 1989 io sono andato al militare quindi c'è un mio buco temporale, e quando sono tornato nel 1989 Giorgio aveva fatto o stava facendo la mostra dei Celti o i Fenici al Palazzo Grassi, ma lì era ancora tutto manuale a parte le didascalie stampate con la stampante direttamente dal computer.
Di grafica digitale avevamo progettato la grafica per lo stand per l'azienda Cadel mobili e mi ricordo che era tutto molto grafico a righetti e quadratini, che adesso sarebbe moderno, molto diverso da ciò che si vedeva allora. Poi avevamo iniziato a fare una rivista di arte contemporanea che si chiamava *Contemporanea*, ma non è mai uscita.
Dopodiché abbiamo fatto la segnaletica degli stadi per i mondiali di calcio Italia '90 e anche quel progetto lì era un ibrido, perché alcune cose venivano disegnate manualmente e altre con il computer. Tant'è che abbiamo collaborato diverse volte con Pierluigi Cerri perché lui sapeva che lavoravamo con il computer.
Credo il manifesto per *Media Equals Multimedia* del 1990 sia stato uno dei primi lavori interamente realizzato al computer, per cui ricordo l'intero procedimento di produzione, prima abbiamo fatto la scansione di una stampa realizzata a dithering, scopiazzando un po' da April Greiman. Quindi nel 1990 riuscivamo già ad usare abbastanza bene il computer.
Poi tra i primi lavori digitali c'è anche un altro manifesto interamente realizzato al computer per un'ulteriore iniziativa sempre a Palazzo Fortuny del 1993, la mostra intitolata *La fotografia al Bauhaus*.

P. Visto che mi conferma una maggiore dimestichezza nell'uso del computer nel 1990, sapreste dirmi, secono lei, quali sono state le cause del ritardo della diffusione del computer in Italia?

G. Mi viene da dire quattro anni di ritardo rispetto al panorama internazionale. Ammetto che progettavamo forme molto semplici, perché all'inizio dovevamo entrare nel meccanismo del disegno digitalizzato e vettoriale.

P. In studio elaboravate le immagini con lo scanner?

G. Sì, avevamo tutta l'attrezzatura. Siamo stati i primi, credo, a dotarci della nuova strumentazione digitale.

P. Mi interessa indagare gli anni Ottanta e Novanta, perché non c'è alcuna pubblicazione sul panorama italiano che ricostruisca il periodo di passaggio dall'analogico al digitale. Cosa mi può raccontare di quegli anni?

G. A livello di editoria di quel periodo che lo raccontano c'è un libro che avevo comprato, curato da Takenobu Igarashi, un grafico giapponese pre-digitale, ma statunitense nello stile postmoderno. Lavorava molto sulla geometria e aveva pubblicato appunto un libro importante sul passaggio della grafica al digitale, intitolato *Designers on Mac*. Nel volume ci sono tutti i protagonisti più all'avanguardia di quegli anni da April Greiman a John Hersey, a molti altri. Poi parallelamente c'erano anche delle riviste tra le italiane *Linea Grafica* che, per quanto una rivista mediocre, includeva Carlo Branzaglia e altra gente che ha fatto sicuramente molto per la grafica italiana, ma era pur sempre focalizzata su una grafica ormai superata, cioè lavorava ancora con linguaggi e illustrazioni superate, mentre l'Italia era andata avanti.
Tornando a noi, io ero molto giovane, ma grazie a Sandro Mescola abbiamo ideato una serie di iniziative a Palazzo Fortuny – soprattutto Giorgio a cui vanno i meriti della curatela – e io mi occupavo delle pubblicazioni e godevo al contempo dei workshop organizzati. Purtroppo non ho alcun materiale di quel periodo, perché quando ho interrotto la collaborazione con Giorgio sono andato via senza portare via niente, mentre lui aveva tutto nelle cassettiere, compreso i manifesti. Nel frattempo ho effettuato anche un paio di traslochi e quindi chissà dove è andato a finire tutto il lavoro che potrebbe servirti soprattutto relativo alla comunicazione di Palazzo Fortuny.
Mi ricordo di avere un libricino carino che faceva parte della rassegna *Opera Totale*, forse la quarta edizione. Era un libricino blu con le pagine rosa, ed era il meno nuovo, ma aveva tanti contenuti interessanti. Sempre per l'iniziativa *Opera Totale* ricordo un altro libricino arancio coi disegni di Ed Fella, il quale aveva svolto anche un workshop sempre nei locali del Fortuny, e dentro c'erano anche i lavori di John Hersey. Poi ancora un altro verde e infine uno curato da Elliott Earls, l'allora direttore della Cranbrook School. Lui è uno di quei personaggi che si è occupato di tutto: fotografa, suona, disegna, gira film e nel contempo incide colonne sonore, è veramente un tutto fare, un vero portento.

P. Visto che ha virato la discussione sulle iniziative organizzate a Palazzo Fortuny, quali altri artefatti venivano progettati per quegli eventi?

G. Ci occupavamo sia delle piccole pubblicazioni sia del manifesto o della locandina, questo dipendeva sempre dal luogo di interesse in cui dovevano essere affissi. Se la manifestazione si svolgeva nei locali di Palazzo Fortuny progettavamo anche lo striscione, dopodiché si progettava il programma, alle volte quest'ultimo aveva una

veste grafica strana e alcune volte assolutamente illeggibile. A quel tempo funzionava utilizzare le immagini come fondo e il testo sopra, dovevi davvero avere voglia di leggere per capire cosa ci fosse scritto. Il testo comprendeva di solito il programma generale e poi c'era sempre un intervento. Per esempio, nel 1986 abbiamo fatto questa grande mostra sulla grafica internazionale, intitolata *Pacific Wave* – rifatta di pari passo a San Francisco dove ha avuto un grande successo – che costituiva l'inizio di un cambio di prospettiva per chi all'epoca assisteva al cambiamento del mondo della grafica. Io stesso, ad esempio, ho iniziato a progettare in analogico tagliando retini e successivamente, di colpo, il computer ha cambiato il mondo. Ciò nonostante, qui si percepiva che questo cambiamento era trasversale, di fatto andava dal negozio per Esprit di Ettore Sottsass, alle riviste con le illustrazioni di Lorenzo Mattotti che aveva da poco incominciato a disegnare al computer ed effettivamente i risultati non erano bellissimi dato che lo strumento aveva ancora forti limitazioni. Se fossi in te, nella ricerca oltre alla grafica classica, includerei anche il mondo fondamentale dei fumetti. In quegli anni, mentre Sottsass emanava il pulviscolo del postmodernismo, c'erano delle riviste notevoli tipo quella del gruppo Valvoline oppure quelli pubblicati dalla rivista *Frigidaire*. Anche nell'ambito dei fumetti, che prima disegnavano manualmente gli storyboard, il computer ha di colpo rivoluzionato il sistema di produzione. Per esempio, *Emigre* era un'altra rivista importante di quegli anni e un suo corrispettivo in Italia non c'è mai stato.

P. Un aspetto individuato nella mia ricerca è l'alta concentrazione nelle città periferiche rispetto a Milano di progettisti grafici che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a linguaggio visivi sperimentali. Secondo lei, in quegli anni cosa ha reso 'la periferia del design' un luogo fertile per il graphic design?

G. Dopo l'esperienza di Armando Testa la città di Milano è sempre stata vista come luogo dove sono nate solo agenzie di pubblicità invece quello di cui stiamo parlando adesso è un altro tipo di grafica assolutamente non commerciale. Infatti noi – intendo lo studio Camuffo – in quel periodo lavoravamo soprattutto per gli artisti, per il mondo della cultura e se arrivava un lavoro commerciale, ad esempio la pubblicità di una banca, rifiutavamo o interpretavamo il lavoro a modo nostro. Ad esempio, per la società Coin insieme agli architetti abbiamo progettato la grafica dei poster, la segnaletica e i marchi del settore Coin Casa. Per questo progetto abbiamo mescolato grafica più rigorosa con l'illustrazione di John Hersey, che per noi ha disegnato i simboli della segnaletica sia del settore Coin Casa sia dell'intero punto vendita generale, ovvero la parte espositiva dei vari piani. Pertanto noi contaminavamo attraverso il mondo degli illustratori anche i lavori più commerciali. Sempre per Coin per la campagna del visual del periodo natalizio un anno abbiamo collaborato con l'artista visuale Philippe Weisbecker, poi con il designer Massimo Varetto che aveva progettato degli oggetti per la casa che simboleggiavano la donna, l'uomo e l'ambiente casalingo, insomma un vero progetto multidisciplinare. A proposito di lavori trasversali abbiamo lavorato anche con l'illustratore statunitense Otto Seibold sul caffè Florian qua a Venezia.

P. Sono interessata al materiale inerente alle iniziative di Palazzo Fortuny, perché è stata la prima istituzione a occuparsi del dibattito sul nascente rapporto tra la cultura visiva e la strumentazione digitale. Quali materiali ha conservato di quella fortunata stagione?

G. Purtroppo non ricordo molto sui lavori che abbiamo fatto per Palazzo Fortuny. Sicuramente ricordo dell'iniziativa *Opera Totale*, *Matte matite* un workshop sull'illustrazione. Dopodiché abbiamo invitato ai workshop del 1995 David Carson per il quale abbiamo progettato un manifesto beige, nero e bordeaux, ma ne abbiamo fatto un altro, tra i più belli, un manifesto con una foto dell'interno del Palazzo Fortuny con su scritto "workshop David Carson". Erano tre giorni pieni di incontri, faceva parte dell'iniziativa *Fortuny Graphics 2*, come AG Fronzoni e Tibor Kalman, per il quale abbiamo realizzato dei manifesti gialli e neri, ma non ricordo se li ho conservati, ho perso tutti i poster.
Sempre Giorgio nel 1998 ha organizzato altri workshop, ma non a Palazzo Fortuny quella volta a Fabrica, in cui ha lavorato anche Elliott. Un altro progetto è *Super Digitale* del 1996.

P. Secondo le mie ricerche, come studio Camuffo avete curato diverse iniziative a Palazzo Fortuny: i workshop *Fortuny graphic 1* e *Fortuny graphic 2* (1987 e 1995), la prima edizione successiva alla mostra *Pacific Wave*; nel 1990 *Mondi Virtuali* e *Medium Equals Multimedia*, ma non mi è chiaro se questi fossero workshop o seminari. Inoltre, prima della mostra di David Carson alla Fondazione Bevilacqua La Masa, c'è stata la manifestazione *Zuppa digitale* del 1996 a Mestre, di cui non ho alcuna informazione. Sapresti raccontarmi qualcosa?

G. *Zuppa digitale* è stato fatto sia a Mestre sia nel nostro studio. Mentre delle iniziative *Mondi Virtuali* e *Medium Equals Multimedia* non ricordo nulla.
Ho maggiori ricordi della mostra *Pacif Wave* degli anni Ottanta dove sicuramente April Greiman è stata pioniera nell'utilizzo del computer, lei era proprio brava. Devo dire che in quegli anni Giorgio è stato un pioniere nel nostro studio grazie a questi disegnetti fatti al computer. Per quanto riguarda le font digitali, ricordo che mi sembrava impossibile che io passavo del tempo a cercarli sui fogli trasferibili e di colpo si poteva avere tutti i font su un dischetto.

P. Che tipo di iniziativa è stata la manifestazione *Opera Totale*?

G. Era un'iniziativa di due giorni, però la prima edizione in realtà durava cinque giorni, poi per ragioni economica è stata ridotta a due. Era una manifestazione dedicata soprattutto alla musica, se ricordo bene.
In quegli anni spesso ospitavamo i grafici internazionali in studio, facevano una giornata di seminario a Fabrica e poi venivano in studio da noi per una settimana circa, dove gli veniva dato uno spazio e lavoravamo fianco a fianco. Come vedi gli italiani erano pochissimi, sempre rari. Facevamo anche le mostre all'interno dello studio.

P. Ritorno di nuovo sulle questioni legate al Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny. Perché, secondo te, Sandro Mescola e Silvio Fuso hanno avuto la capacità di essere così lungimiranti e di occuparsi del digitale in ambiti disciplinari così diversi tra di loro?

G. Credo che sostanzialmente dipendesse in parte dalla volontà del Comune di Venezia che intravide negli spazi di Palazzo Fortuny una possibilità unica, difatti è sempre stata la nicchia culturale veneziana sulla ricerca visiva, un posto davvero all'avanguardia.
Il vero successo mediatico di Palazzo Fortuny è arrivato con l'iniziativa *Venezia 79 la fotografia*, uno dei più grandi eventi dedicati alla fotografia mai stati organizzati in Italia. Dall'idea del Comune attraverso la forza organizzativa di Palazzo Fortuny hanno invitato i 150 fotografi più bravi del mondo creando una grande affluenza internazionale e nazionale. Questa iniziativa a come puntato un faro sul mondo della cultura veneziana. Da lì a qualche anno dopo la Rai mandava in onda *Mister Fantasy* con la videografica di Mario Convertino e piano piano la gente incominciava a capire che stava avvenendo un cambiamento nella cultura visiva, fatta di multimedialità e della possibilità di interagire con fenomeni inediti e con strumentazioni innovative. Uno dei primi workshop a cui ho partecipato da diciannovenne era *Videografica*, non era ancora stato immesso in commercio il *Macintosh*, ma abbiamo utilizzato i dispositivi dell'azienda Silicon e c'era Mario Canali del gruppo Correnti Magnetiche, poi studio Azzurro, che teneva il workshop. Come progetto avevo realizzato con lui i titoli di testa della sigla composta al centro dalla scritta Fortuny che faceva un po' in ombra su una figura sottostante. Solo per fare il movimento della sigla da un lato all'altro ci è voluta una nottata di rendering e, anche dopo sette giorni, non l'abbiamo mai finito perché il computer non riusciva a completare il lavoro.
Secondo me, il Comune ha investito Sandro Mescola e Silvio Fuso del ruolo di direttori del Centro, perché avevano uno spessore culturale non da poco e rappresentavano un terreno fertile per ricevere e dare stimoli sulla scena contemporanea. Come spazio culturale alternavano questo tipo di attività laboratoriali a mostre di fotografie e video/cinema collaborando con i più importanti fotografi e registi mondiali, ne ricordo alcuni Peter Greenaway, Robert Mapplethorpe, Walker Evans. La fortuna di Palazzo Fortuny consisteva anche nell'essere gestita dai due direttori che si erano circondate di persone di enorme valore, per il settore della grafica c'era appunto Giorgio Camuffo, poi Paolo Costantini per la fotografia – purtroppo è venuto a mancare giovane – ed è stato lui a far sbocciare il talento di Guido Guidi. Poi nel team c'era Marco Tosa esperto sul costume, ha curato diversi eventi sugli automi, sulle bambole e sui giocattoli, credo anche un libro sulla Barbie. Ma sicuramente il pezzo più importante è stata Mariagrazia Mattei per il settore video e le nuove tecnologie. Io ho avuto la fortuna di frequentare il Centro di Palazzo Fortuny dai miei 20 ai 30 anni, ed è stato uno stimolo mostruoso, trascorrevo il pomeriggio con i due direttori e dal nulla arrivano personaggi interessanti come Brian Eno. Venezia raccoglieva tutti, era il centro del mondo, poi se ti guardavi intorno poche altre città della provincia italiana erano fervidi poli culturali. Forse Firenze oppure l'Emilia Romagna. Infatti facendo un discorso più in generale, lo scenario della grafica italiana negli anni Ottanta e Novanta comprendeva realtà significative più nella provincia che a Milano. A Roma non c'era

niente di interessante, la grafica si faceva altrove. Noi, come studio Camuffo eravamo la punta dell'iceberg e dietro di noi c'erano tanti micro studio che capivano l'importanza di aprirsi allo scenario internazionale e sperimentare, ad esempio a Trieste c'era lo studio Tassinari/Vetta, a Modena Jumbo Manfredini, a quei tempi un ragazzino. Lui era un recettore del nuovo, sempre.

P. Un altro aspetto significativo del periodo che sto indagando riguarda gli ambienti delle sottoculture, tra i quali rientra anche la *club culture* e le realtà dei centri sociali come il Link di Bologna. Che relazione c'è stata tra questo ambiente non istituzionale e la grafica?

G. Se stessi facendo la tua ricerca parlerei indubbiamente di grafica, ma è anche vero che il computer velocizzato anche e soprattutto certe elaborazioni grafiche, ad esempio con due movimenti del mouse potevi ottenere una sfumata di colore, per non parlare delle font, quindi ha velocizzato la comunicazione soprattutto nella sua produzione, ma anche nella distribuzione post stampa. Quindi negli ambienti di cui mi chiedi c'era bisogno di molti flyer e poterne avere tantissimi in poche ore è stato un cambiamento incredibile, adesso esagero: la sera stessa si avevano i flyer per il weekend successivo. Questo preambolo per dirti che il proprietario del fenomeno di produzione di stampa Pixartprinting era un ragazzo che ha iniziato la sua carriera progettando i flyer per le discoteche di Jesolo, facendoli stampare da un amico. Dopodiché ha comprato la sua stampante, successivamente è diventato un service dove poter sviluppare le pellicole e poi alla fine ha iniziato a stampare su supporti di carta lucida, fino a diventare il colosso attuale Pixartprinting. Insomma per dirti che sarebbe interessante inserire anche la parte imprenditoriale legata alla produzione finale nella tua tesi. Grazie all'avvento del computer sono cambiati anche questi aspetti e queste realtà.

P. È ancora in contatto con la tipografia Fallani di Venezia? Sono interessata ad approfondire anche gli aspetti dei cambiamenti della produzione.

G. Sì, quotidianamente. Loro in quegli anni da realizzare le serigrafie sono passati a sviluppare le pellicole, infatti sono stati i primi ad avere la fotocomposizione. In realtà l'esperienza di Massimo Fallani nasce nell'ambito della fotografia. Come realtà negli anni Ottanta era davvero importante seguivano la stampa dei progetti per la Biennale e avevano tutta la filiera della stampa dai cromisti, che ormai non esistono più, ai fotolitisti per le selezioni delle fotografie e ai fotocompositori. Loro hanno iniziato così, dopodiché hanno comprato i primi computer, poi plotter e adesso si sono specializzati in due specifici settori: uno quello della stampa per allestimenti museali e l'altro in cui lavorano ingegneri e architetti per la progettazione di allestimenti veri e propri.

P. Secondo lei, quali sono gli altri progettisti dello scenario italiano che rappresentano i linguaggi inediti digitali?

G. Dopodiché c'era un grafico che veniva in studio, molto bravo, mi pare fosse sardo e dato il nostro problema di dimestichezza con il computer agli esordi, ci aveva aiutato nella realizzazione dello sfumato dithering. Veniva in studio e per un'oretta ci insegnava e spiegava come creare delle immagini con le linee ed il puntino, creava questi soli neri, non ricordo molto bene.

P. Si può parlare di unitarietà linguistica nella grafica italiana degli anni Ottanta e Novanta?

G. È una grafica riconoscibile, ma non si può parlare di unitarietà, perché alla fine è stata un'onda e c'era chi la cavalcava e chi stava in disparte. Definirla onda è perfetto, infatti quando Giorgio ha chiamata la mostra organizzata nel 1986 *Pacific Wave* era correttissimo. Qua in Italia è arrivata l'onda lunga, ma è stata generata altrove, appunto negli Stati Uniti. Noi come studio l'abbiamo cavalcata l'onda, soprattutto dal punto di vista culturale, anche grazie al supporto del Centro di Palazzo Fortuny che poi ha commissionato a Giorgio l'intera identità della manifestazione. Certo, l'esigenza del nuovo c'era però, secondo me, è stata Venezia in generale che ha cavalcato l'onda. Inoltre, era molto 'cool' fare parte del mondo dei computer *Macintosh*, non a caso come azienda hanno creato il marketing più micidiale del mondo.

P. Come studio avete mai dato un contributo alla rivista *Climax*, ideata da Jumbo Manfredini nella metà degli anni Novanta?

G. No.

Antonio Glessi

progettista grafico
dei Giovanotti
Mondani Meccanici
▶ via Skype
04.03.2020

Premessa: il Gruppo Mondani Meccani (GMM) si è frapposto tra due ambiti attigui, quello del progetto grafico e quello dell'arte, configurandosi come un gruppo di ricerca ibrido.

P. Un piccolo incipit, che mi aiuterebbe a ricomporre il vostro lavoro, è sapere se è disposto a fornirmi il materiale relativo alla produzione dei GMM.

G. Va capito cosa le serve, soprattutto essendo materiale digitale. Personalmente ho conservato tutto perché, un po' per *forma mentis* e un po' per fortuna, ho sempre pensato di traslare negli anni i formati iniziali verso quelli più attuali. Per cui adesso mi posso permettere di pubblicare tutto il lavoro del 1984 con questo editore e mi si prospettato persino due scelte: quella di farlo in un formato che non mi è stato possibile utilizzare all'epoca, oppure di farla esattamente come lo facevo all'epoca e quindi utilizzare il formato digitale originario. Infatti l'editore è molto più interessato a replicare la filiera produttiva di 35 anni fa! Che devo dire non è banalissimo, perché era estremamente ibrida: c'era ancora tantissimo analogico e secondo me, una situazione assolutamente irripetibile per via di alcune convergenze storiche che erano di quel momento e che già due anni più tardi erano superate.
Bisogna fare una premessa: nel gruppo GMM l'unico grafico sono io. Di cinque persone che sono fondamentalmente quelle a cui si riconduce il gruppo, anche se poi negli anni ne sono passate addirittura cinquanta, perché è stata più una bottega che un gruppo monolitico. Anche questo sarà oggetto, poi un giorno, di analisi, perché con questa caratteristica che siamo stati un gruppo pop, trasversale, da una parte è stata la nostra fortuna e dall'altra parte la nostra maledizione, perché in questo modo siamo stati sempre cugini a tutti e fratelli di nessuno. Questo ha fatto sì che veniamo ricordati ovunque, ma in realtà non siamo mai oggetto di riferimento rispetto ad una particolare linea di tendenza, di sviluppo, di evoluzione di un certo settore. Di questo andiamo anche orgogliosi, intendiamoci! Io ho intenzione soprattutto di puntare sulla nostra capacità di essere crossmediali *ante litteram* negli anni Ottanta, per quanto tutto ciò non fosse oggetto di una qualche strategia. È stato un fatto che fondamentalmente è accaduto, perché improvvisamente certe tecnologie, e non necessariamente solo quelle digitali, ma anche tutta l'area video, sono diventate pro consumer, ovvero l'accesso agli strumenti di produzione a costi accessibili. È stato qualcosa che ha stravolto completamente l'accessibilità alla produzione e può raccontarlo solo una cerchia ristretta di persone e sono quelle che, come me, avevano quasi trent'anni e quindi avevano già in qualche modo una formazione culturale e professionale basata sull'analogico che, abbracciando il digitale in maniera anche incondizionata, quasi inconsapevole e incosciente per certi motivi, sono stati in grado di vivere questa transazione in una maniera unica, che ci ha portati in poche parole a dire «Ok, il digitale ci piace, lo vogliamo fare ma nel momento in cui troviamo un limite sappiamo dove andare, perché abbiamo la conoscenza di come si fa con l'analogico».
La pubblicazione del primo fumetto di fatto è stata una trovata, dal punto di vista produttivo, che ha mischiato digitale e analogico perché... la faccio un po' breve! Le passo un link con un'intervista che ho fatto per delle apparecchiature vintage elettroniche, fatto al Forte Prenestino a Roma un paio di anni fa, per il festival *bin/art*. Lì spiegavo la nascita del fumetto da un punto di vista della produzione, dove emergeva il problema di pubblicare a colori un fumetto realizzato interamente al computer, all'epoca non esisteva la possibilità di un output a colori. In realtà esisteva una stampante ad aghi per la restituzione a colori, ma con risultati cromatici improponibili, tutto era sbiaditissimo. Per cui ci venne l'idea molto banale di fotografare lo schermo, ma comportava due problematiche non indifferenti: la prima legata ai costi, poiché pubblicare una storia di 54 vignette – questi i numeri della nostra prima storia – significava per la rivista realizzare 54 più 9 litografie (scansioni in quadricromia) arrivando a un costo improponibile; la seconda relativa alle tempistiche di realizzazione. Allora gliela risolsi facendo un lavoro di pre-composizione fotografico, perché già lavoravo come grafico.

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto.

G. Dal punto di vista della mia formazione, sono laureato in Architettura ma sono stato un pessimo studente, infatti mi sono laureato a trentanove anni! Nel 1983, quando ho preso il computer, avevo già finito tutti gli esami ed ero un po' in ritardo, perché mi ero dedicato ad altri progetti e poi per i successivi quindici anni non ho più prestato attenzione fino a quando, ad un certo punto, mi hanno comunicato «Guarda che l'anno prossimo le tasse d'iscrizione da 100 mila lire passano a 1 milione». Allora mi sono detto che era arrivato il momento di darmi da fare e laurearmi. E così è stato.
Contemporaneamente al corso universitario di architettura, ho frequentato un'Accademia di grafica pubblicitaria a Firenze, la Cappiello, iscrivendomi a un corso di due anni che all'epoca non dava nessun titolo, era un'istituzione privata, e poi ho conseguito un attestato di fotografia all'Accademia di Belle Arti di Salisburgo. In realtà, ribadisco sempre che la mia vera formazione culturale è stata il fatto di esser stato un giocatore di pallacanestro professionista e un disc-jockey radiofonico, due attività che mi hanno insegnato veramente a fare qualcosa! Tutto il resto l'ho distrattamente cavalcato!
Chiaramente sono uno che assorbe tanto e che sono molto curioso, per cui ho mescolato un po' tutto da bravo dj. Quindi, quando poi si è presentata questa occasione dei GMM, un percorso che ho intrapreso con un mio compagno di squadra, Andrea Zingoni, colui che ha scritto e scrive i testi dei nostri lavori, l'ho colta. Di tutto questa storia, volendo, c'è un'ampia rassegna stampa nascosta, che sto rimettendo in piedi. Anche in questo caso, come grafici, in realtà sono solo io e provengo da una situazione che però con la grafica aveva una relazione 'occasionale', perché in realtà noi, nel momento in cui si è cominciato a ideare il fumetto, quasi il giorno dopo stesso abbiamo pensato al video come forma. E dal video, tramite alcuni amici che gravitavano nel nostro entourage, si è passati direttamente al teatro! Nell'arco di tre mesi abbiamo già dato vita un progetto crossmediale, assolutamente trasversale a tutte queste discipline. Ma ribadisco: non per progetto, ma per spontanea attrazione verso questi mondi che finalmente diventavano accessibili.

P. Qual è stato il suo approccio all'utilizzo dello strumento computer? Quando lei lo ha acquistato nel 1983, lo ha comprato per lavorare al progetto dei GMM o perché in realtà aveva un interesse precedente?

G. Diciamo che l'ho comprato spinto da una fascinazione istintiva, non c'è stato un vero e proprio progetto dietro. In quel periodo stavo lavorando come grafico per un'agenzia che stava per chiudere, perché c'era crisi già allora e non c'erano prospettive. Per altro, facendo lavori pubblicitari molto modesti, legati un po' alla moda, roba di serie B. La laurea in architettura mi interessava fin là, perché sono laureato ma non mi sono mai nemmeno iscritto all'albo. Da un punto di visto formale sono dottore in architettura, ma non sono architetto.
La curiosità e l'attenzione verso il computer è arrivata tramite un'occasione molto particolare, una mia amica mi comunicò che all'Accademia di Belle Arti tenevano un corso di pittura che approcciava queste nuove tecnologie tramite una persona dal background molto particolare, ossia uno psicologo medico dedito anche alle tecnologie che aveva instaurato una collaborazione con un docente dell'Accademia,

tale Saldarelli, di cui non ricordo il nome. Il medico iniziò a insegnare a Firenze Estetica sperimentale. Questo docente, oltre a essere un medico, è stato anche un pubblicista, Carmelo Genovese, che aveva fondato un centro di ricerca intitolato *Centro Ricerche Attività Umane Superiori* (C.R.A.U.S.), di stanza a Bologna, con l'intento di affermare l'esistenza di rapporto tra arte e psicologia attraverso l'uso del computer. Se ricordo bene, il suo lavoro si fondava principalmente sullo studio delle possibilità creative ed estetiche delle tecnologie elettroniche, in particolare della grafica computerizzata. Era un personaggio un tantino fuori, ma sicuramente una persona interessante! L'Accademia di Belle Arti durante questo corso utilizzava un personal, un *Apple 2*, provvisto di tavoletta grafica, dove ci si divertiva a tentare di riprodurre in digitale i quadri di Kandinskij e Mirò, perché formalmente si prestavano a questa operazione. Però la risoluzione era ridicola, i colori erano soltanto sei, il risultato ricordava vagamente qualcosa dei quadri. Quando sono andato a vedere questo corso mi sono reso conto che 'questi erano pazzi!'. Però l'idea della velocità, ovvero la possibilità di fissare immediatamente il segno sullo schermo con quella nitidezza e quella capacità, è stata per me folgorante, fu proprio un'epifania. Per cui decisi di recarmi a Bologna da Genovesi per farmi consigliare gli strumenti per approcciarmi a questa novità e lui mi definì il kit da comperare, così decisi che dovevo buttarmi nel digitale e feci un leasing, l'attrezzatura digitale costava una follia all'epoca! Tra una cosa e l'altra ho fatto un finanziamento tra i sette e i nove milioni di lire, con cui ho comprato un computer *Apple 2* con la tavoletta grafica. Da neofita avevo anche pensato di comparare una strumentazione italiana per la questione dell'assistenza. Andai in negozio e chiesi di un computer Olivetti e il commesso me lo sconsigliò vivamente, orientandomi all'acquisto di un *Apple 2*.
Una volta comprata tutta la strumentazione, sinceramente l'ho fissata per sei mesi, perché non combaciava nessuna operazione con la mia cultura grafica e non sapevo assolutamente cosa farmene. Addirittura sono arrivato a prestarlo a un paio di amici per un paio di mesi, perché tutto quello che provavo a fare non corrispondeva alla mia idea di partenza: la risoluzione era infima, la resa della stampante ad aghi non restituiva assolutamente nessun tipo di qualità a cui comunque ero abituato, avendo lavorato come grafico professionista. Quindi ero abbastanza sconcertato. Poi è accaduta la classica situazione in cui uno si fa coraggio e rovescia completamente l'equazione, così invece di affrontarlo col metodo di «Faccio e faccio fare alla macchina quello che voglio io», ho ribaltato il pensiero in «Dimmi tu cosa posso fare con te» e da quel momento ho iniziato a fare cose astratte, con lo scopo di divertirmi, realizzando immagini senza alcun tipo di finalità. Poi ad un certo punto ho cominciato a pensare che da questi esperimenti si poteva tirar fuori qualcosa di interessante e con un senso, ne ho parlato con Andrea, con cui a suo tempo avevo già provato a disegnare fumetti tradizionali – dei quali non eravamo mai rimasti soddisfatti –, per incominciare a produrre qualcosa con questo nuovo attrezzo. Andrea è stato entusiasta, perché conservava nel cassetto un racconto lungo, quasi una specie di romanzo, a cui lavorava da tempo, ma del quale non era molto soddisfatto da dire «lo propongo a un editore». Ne prendemmo un capitolo e provammo a disegnare a computer la storia *Bonaventura 2000*. Non si riusciva neppure a fare i balloons! E poi però abbiamo iniziato a ragionare su come realizzarlo, abbiamo fotografato i disegni fatti a computer, quindi il monitor, sviluppato le fotografie e infine le abbiamo attaccati su dei grandi cartelloni Bristol 50x70 cm, delle vere e proprie cartoline attaccate, a cui abbiamo incollato sotto i testi stampati con la stampante ad aghi, un'operazione di un grossolano clamoroso. Alla fine guardando il nostro lavoro, ricordo che Andrea, convinto, ha esclamato «Con questo risultato io a Roma – perché aveva delle frequentazioni nella capitale nell'ambito dello spettacolo – vado a parlare con i responsabili della rivista Frigidaire, Vincenzo Sparagna e Filippo Scozzari», quest'ultimo all'epoca era l'art director del periodico. Era appena terminata l'epoca dei grandi fumettisti: Pazienza, Liberatore, c'era ancora Tamburini, stava emergendo Igor Carpinteri, però alcuni erano proprio andati proprio!
Una volta presentato il nostro lavoro, il destino ha voluto che ciò che lasciava molto perplesso Scozzari, ossia il problema di riuscire a riportare il nostro lavoro su carta e sulla rivista, invece aveva sorpreso molto Sparagna, che vedeva in questa occasione le potenzialità ancora inespresse del computer, uno strumento che stava iniziando a fare capolino nel mondo della comunicazione. Noi siamo arrivati a *Frigidaire* contemporaneamente all'uscita della copertina del numero del *Time* – 3 Gennaio 1983 – che celebrava come il computer come macchina dell'anno. Questa coincidenza rafforzava la necessità di avere all'interno della rivista italiana qualsiasi cosa raffigurasse questo nuovo strumento per coerenza con il periodo storico. Inoltre la rivista *Linus*, acerrima concorrente di *Frigidaire*, stava sponsorizzando il lavoro di Mario Convertino *Mister Fantasy*.
Apro una parentesi sul lavoro di Mario Convertino: è un grosso problema non riuscire a valorizzare il suo lavoro. Poco tempo fa c'è stata una reunion all'Università Sapienza di Roma per ricostruire la storia del festival di Camerino e nel recuperare il materiale dei diversi partecipanti ci si è accorti che è difficile mettersi in contatto con lo Studio Convertino, secondo il quale, il lavoro è andato in parte disperso.
Ecco, la rivista *Frigidaire* era in concorrenza con questa realtà molto vicina alla videografica e per sostenere la scelta di pubblicare il nostro lavoro Sparagna e Scozzari ci dissero: «Noi siamo all'avanguardia, andiamo oltre la videografica e facciamo il computer-fumetto!», per cui ci diedero lo spazio.
Restava però il problema tecnico-economico delle lastre da realizzare dal fotolitista, problema che ho risolto con una pre-produzione personale di un'unica lastra basata sulla duplicazione delle foto iniziali, ovvero si trattava di prendere le 35 mm da me realizzate, reimpaginarle già su un foglio di acetato preparato in litografia dal linotipista e poi le incollavo tra di loro manualmente. Il secondo passaggio consisteva nel rifotografare questo foglio dal fotografo con il banco ottico (6x9), facendo un set di prove a contatto. In questo modo il giornale doveva occuparsi di un'unica scansione e a loro andava benissimo per la riduzione dei costi e dei tempi e poi si poteva pubblicare. Successivamente è insorto un secondo problema che ha fatto sì che la pubblicazione del fumetto non andasse più avanti, una problematica legata alla resa di stampa della tecnica utilizzata, che mi ha portato a rifiutare la continuità del processo, nonostante abbia avanzato altre proposte. Mi spiego meglio, fotografando lo schermo, il retino del monitor e i pixel raffigurati avevano una loro griglia che in stampa si andava a sommare a quella del sistema di riproduzione delle immagini in roto-offset. Questa sovrapposizione produceva due effetti collaterali: per prima cosa si veniva a creare l'effetto Moiré; secondariamente annullava tutti i bianchi. Alla fine, il risultato tendeva a qualcosa di sbiadito e fintanto che si pubblicava il lavoro sulla carta patinata opaca di *Frigidaire* qualcosa ancora si salvava, ma quando siamo passati successivamente alla carta usomano di *Linus* la resa era compromessa e il lavoro era un disastro. Da lì in poi ho deciso che non potevamo più continuare con la pubblicazione dei nostri fumetti, considerato anche che nel frattempo erano trascorsi due anni e la tecnologia aveva fatto ulteriori e rapidi passi avanti.
A questo punto spezzerei una lancia per un mio collega scomparso da pochissimo, Mario Lovergine, un vero progettista grafico, il quale ha al suo attivo soprattutto lavori per la comunicazione istituzionale del Comune di Firenze, a mio avviso, una comunicazione molto creativa. Ha realizzato centinaia di manifesti e la sua ricerca artistica-progettuale è stata molto particolare. Ad un certo punto, nel 1984, anche lui si comprò il computer, ma lui si prese il primo *Macintosh*, il modello *GS*. Ovviamente, siccome eravamo in quattro gatti ad aver il computer, ci si incontrava spesso e lui in quel periodo stava realizzando ciò che nello stesso momento Michael Seitz stava portando avanti in California con Shutter, ossia usare il Mac e la stampante ad aghi per realizzare lavori ibridi. Anche in questo caso mi spiego meglio. Premesso che nel 1984 non era ancora stata ideata la stampante a laser, né c'era il PostScript – sarebbe arrivato un anno e mezzo dopo –, Lovergine sulle stampe in bianco e nero stampate con la risoluzione della stampante ad aghi, applicava ulteriori trattamenti, per primo le portava in litografia per contrastare ulteriormente il nero e renderlo uniforme, secondariamente le colorava a mano. Questa tecnica ibrida tra digitale, prima, e analogico dopo, la utilizzava su diversi suoi disegni con i quali realizzava un sacco di manifesti. Secondo me, ha ideato questa tecnica prima di Michael Seitz, forse di poco, ma sono certo che lui l'abbia anticipato. Sicuramente a Firenze siamo i capostipiti, i primi a lavorare con questa modalità.

P. Un aspetto che ho individuato nella mia ricerca è l'alta concentrazione di sperimentazione tra i progettisti grafici soprattutto nei piccoli centri urbani, come ad esempio Firenze, città periferiche rispetto al fulcro del design italiano che storicamente è sempre stato Milano. Secondo lei, cosa ha reso Firenze un luogo fertile per certi tipi di sperimentazioni condotte soprattutto tra gli anni Ottanta e Novanta?

G. Ritornando a Mario Lovergine è sempre stato una persona molto schiva, anche alternativa nel senso più classico del termine, per cui lui non ha mai pubblicizzato sé stesso nelle maniere giuste per lasciare una traccia nello scenario del graphic design italiano. Purtroppo, abbiamo scoperto successivamente alla sua morte, che negli ultimi anni si era proprio nascosto a tutto e a tutti, fino a vivere ai margini della società, senza una fissa dimora, tipico da bohemien di una volta. Invece,

secondo me, è una progettista che ha delle specificità senz'altro da recuperare. Con il computer lui ha proprio giocato, lo ha cavalcato nel momento in cui era una novità, per questa sua attitudine a essere molto curioso.
Lovergine ha saputo sfruttare il mezzo a tal punto da dimostrare la sua cultura di grafico. Lui aveva studiato con Milton Glaser e aveva veramente la capacità di traslare i linguaggi da uno strumento all'altro, mentre io sono stato una specie di *fauve*, un graffitaro, in primis perché mi sono formato come architetto e poi perché, avendo fatto il disc-jockey, puntavo più a mescolare gli ambiti e a emozionare, lavorando con un fare più artistico.
Ad esempio, Mario Lovergine negli anni ha abbandonato il computer perché, avendo dieci anni più di me, faceva fatica a star dietro a tutte le dinamiche tecniche e le innovazioni tecnologiche.
All'inizio anch'io sono stato uno di quei progettisti non propensi a usare il computer, avevo la stessa logica del Mac di Steve Jobs, quello che non apre mai la scatola, che non vuole mai sapere niente. Poi alla fine, se vuoi far qualcosa devi capire come funzione e il giorno in cui entri dentro e cominci non ti fermi più.

P. Ripercorrendo la vostra carriera, come siete passati dalla carta stampata alla videografica de *Le avventure di Marionetti* per il programma televisivo *Non necessariamente di Rai 1*?

G. È tutto parte dello stesso panorama iniziale. Va detto, come prima ho anticipato, che gli anni Ottanta sono stati momenti molto *hype* per il computer. C'erano due realtà italiane che avevano presagito l'importanza di questo nuovo strumento applicato alla comunicazione: la rivista *Frigidaire* e il programma *Mister Fantasy*. Fondamentalmente due casi che lavoravano nel settore dell'intrattenimento e della cultura giovanile ibridato con la musica, per me questo aspetto è fondamentale per comprendere il contesto, il clima culturale.
Personalmente sono molto legato all'ambiente musicale pur non essendo un musicista facevo radio e la radio, nella Firenze degli anni Ottanta, ha rappresentato un momento di aggregazione molto importante, perché l'emittente radiofonica di conseguenza gestiva i locali, come il Tenax, uno dei club fiorentini più famosi, dove tutti i gruppi musicali emergenti ruotano attorno. Di tutto questo fermento musicale oggi sono rimasti solo i Litfiba, ma all'epoca c'era una moltitudine di gruppi musicali, spesso trasversali, ibridati con la moda o con la comunicazione alternativa.
Dal 1982 al 1987 Firenze è stata veramente un luogo di riferimento nazionale per l'ambiente del clubbing e della musica.
Anche la questione televisione e incontro con Carlo Massarini nacque così per caso, se ricordo bene, venne a Firenze per una ricognizione, una serata dove, probabilmente tramite l'Arci Kids, venne a presentare dei progetti ma contemporaneamente c'era anche un momento per visionare i progetti nuovi presenti a Firenze. Tra questi, noi GMM abbiamo portato il video del fumetto, già pubblicato sui giornali. Tieni conto che il fumetto noi l'abbiamo pubblicato a maggio del 1984 e c'erano già state almeno dieci recensioni sui quotidiani pubblicati nel mese di aprile, questo perché la novità del primo 'computer-fumetto' era stata promossa tantissimo. Devo dire che nella promozione Andrea è stato bravissimo, perché tramite le sue frequentazioni e conoscenze romane aveva avuto modo di mettersi in contatto con tutti i giornalisti del mondo dello spettacolo e lui aveva lanciato il sasso e tutti l'hanno colto. Quindi si era oramai diffusa la voce di questo 'computer-fumetto' e nel momento in cui Massarini ha avuto modo di visionarlo nella modalità video, l'ha subito voluto, perché già da qualche anno collaborava con progettisti che lavoravano con il computer, i Crudelity Stoffer (Michele Bohm e Marco Tecce) e, duo romano di ingegneri con un approccio agli antipodi dal nostro. Loro possedevano proprio per la cultura della macchina. Se io disegnavo con la tavoletta e non volevo sapere niente di quello che c'era dentro, di come questa roba veniva fuori e mi interessava solo lo strumento, loro invece erano quelli che analizzavano da dentro il computer e lo piegavano alla loro volontà, programmando i lori disegni con la riscrittura della linea di codice. I componenti dei Crudelity Stoffe erano figli di due docenti di matematica e fisica, quindi la tecnologia e i codici erano di casa!
Uno dei due, Michele Bohm, rappresentava proprio il programmatore doc, a tal punto da scrivere il codice in Assembler, che equivale ad affermare di non occuparsi di latino antico, bensì di sanscrito! Ossia lui e altri sette in tutto il mondo! In ogni modo erano loro a realizzare le sigle di coda del programma televisivo *Mister Fantasy*, dall'aspetto poco pop, sicuramente nuove e interessanti, ma non adatte allo spirito di Massarini che stava staccandosi da Paolo Giaccio, perché aveva l'idea di fare tecno-varietà. Infatti, stava preparando il terreno per il suo programma personale, che sarebbe stato Non necessariamente su Rai 1, quello dove poi è apparso il nostro lavoro *Le avventure di Marionetti*. Programma che dal punto di vista della produzione è stato un disastro e ha decretato praticamente la sua uscita da Rai 1. Difatti Massarini era determinato a fare un programma tagliato sulla sua visione, non molto supportata dalla dirigenza della Rai che non lo aiutarono molto, a partire dal ritardo di un anno e mezzo della messa in onda, fino al trasferimento della produzione da Roma a Napoli, questione che complicò di molto la logistica. A causa di questi e altri problemi l'organizzazione di alcuni episodi ha rasentato il comico, del tipo tre giorni per fare una scenografia, il giorno che è pronta arriva il direttore «Ma domani qui arriva l'orchestra Santa Cecilia e dobbiamo portare via tutto!».
Ritornando alla nostra collaborazione entrammo in contatto con lui durante la sua trasferta fiorentina, tenendoci in caldo per questo suo progetto successivo. Solo che quando venne fuori l'idea di fare il programma *Non necessariamente*, valutando i contenuti veicolati da quel tipo di programma emerse la criticità che i personaggi GMM erano ancora troppo off, alternativi per essere mandati in onda durante la seconda serata su Rai 1. Perciò con Andrea abbiamo optato di realizzare un personaggio e una trama più leggera, molto più favoletta. È buffo, perché due anni fa, quando ci siamo riuniti con la Francesca Gallo della Sapienza, abbiamo recuperato questo lavoro per ricostruire la storia del festival di Camerino ed è stata anche per noi un'occasione per ritrovarci. Maurizio Dami, musicista e terzo componente dei GMM – con un'esperienza in teatro e scrittore drammaturgo – che ha contribuito al concept de *Le avventure di Marionetti*, esterrefatto del lavoro realizzato ci ha salutati dicendo: «Abbiamo fatto tante cose e proprio la più brutta è andata in onda!».

P. Per la realizzazione del progetto *Le avventure di Marionetti* che tecnologie e tecniche avete utilizzato?

G. È stato proprio il canto del cigno del mio *Apple 2*, tirato al massimo. Infatti nel 1986, anno di realizzazione del progetto, il modello del mio computer era già tecnicamente superato da altri modelli, come ad esempio, il computer *Amiga 500*, con cui si poteva già fare molto meglio a costi dimezzati.

P. Come mi accennava precedentemente, nel gruppo GMM dal 1984 al 1999 si sono avvicendate in diverse collaborazioni più o meno cinquanta persone, si ricorda che ruolo ha avuto Giancarlo Torri? Dalle mie ricerche risulta aver collaborato per un brevissimo periodo con voi.

G. Giancarlo Torri è arrivato da noi nel 1988, o forse nel 1987. Giancarlo è da considerare uno di noi della seconda generazione. L'abbiamo trovato con un annuncio su Controradio, perché cercavamo un ragazzo di bottega, che si ci aiutasse soprattutto con i lavori da realizzare per il club Tenax con cui all'epoca collaboravamo. Per il club realizzavamo bisettimanalmente le scenografie video da proiettare, quindi avevamo un sacco di materiale da produrre massivamente, soprattutto perché 'rubavamo' spezzoni dai film e dalla televisione, pratica adesso assolutamente impossibile da attuare! Quindi ci serviva qualcuno che ci desse una mano e così si offrì Giancarlo. Un piccolo aneddoto: ha abbassato di molto la media della statura del gruppo; eravamo tutti alti, mentre lui arrivava a un metro e sessanta! Lavorando con lui ci accorgemmo subito che era proprio un 'tecno-bricoleur', era strepitoso. Aveva la capacità di mescolare tutto con tutto, linguaggi, tecniche e si è formato proprio da noi, sviluppando successivamente una sua specificità di essere l'uomo dalla capacità tecnica molto ampia, molto variegata difficile da trovare su un set cinematografico. Per spiegarti meglio le sue doti, prima della sua esperienza con i GMM, Giancarlo è riuscito a fare i backstage di tutti i film dei comici toscani, proprio in virtù del fatto che era una specie di one-man-band, cioè lui da solo era capace di fare tutto il lavoro di una possibile seconda troupe, che comportava del costi, tant'è che poi è rimasto a lavorare nell'ambito cinematografico. Nel suo percorso è stato uno che ha approcciato le nuove tecnologie tornando poi a quelle vecchie, magari analogiche. Che diciamoci la verità è il sogno di tutti! Ad esempio, anche Andrea, ormai tre anni fa, sebbene in digitale ha preso tutti i suoi risparmi e si è fatto un film da solo. È stata una follia, perché chiaramente, nonostante avesse l'appoggio di Indiana Production e di Gabriele Muccino, non ha mai trovato un canale di distribuzione ed è rimasto ancora lì nel cassetto. E fra l'altro, nel cassetto, ci sono anche le riprese delle ultime cose girate con Flavio Bucci.

P. La prima domanda che le ho rivolto è stata sul suo percorso formativo. Arrivati a questo punto, mi tornerebbe utile sapere anche la formazione del suo partner Andrea Zingoni. Qual è la sua provenienza?

G. Andrea è un geometra diplomato all'ISEF. Lui è sempre stato un atleta, ma come

geometra non saprebbe mettere in fila due numeri. All'interno dei GMM all'inizio si è occupato maggiormente di scrittura, anche se disegnava tanto quanto me. È uno scrittore assolutamente autodidatta con una conoscenza sterminata sia della cultura classica che di quella moderna, appassionato di fumetti, video e cinema. Divora tutto, ancora adesso. Difficile che non sia edotto su qualcosa!

P. Quindi devo dedurre che Andrea si occupava dei testi dei vostri progetti, mentre lei gestiva il progetto grafico e gli aspetti più tecnici della realizzazione e della produzione progettuale?

G. Sì, decisamente. Diciamo che non ci sono state delle vere e proprie distinzioni di ruolo, non è che Andrea mi dava la storia e io la illustravo, però è chiaro che se lui aveva il 90% del testo e io solo il 10% delle strisce della storia raccontata, di conseguenza si bilanciava la produzione della parte visiva così da occuparmene io per il 90% e lui soltanto per la percentuale rimanente. Abbiamo operato sempre in maniera molto simbiotica, ma chiaramente gli ambiti di riferimento di entrambi restavano la scrittura e il disegno.

P. Attraverso l'analisi dei vostri lavori o di quelli dei vostri colleghi, con i quali avete avviato un confronto negli anni Ottanta e Novanta, si può parlare, secondo lei, di un movimento New Wave tutto italiano?

G. Questa è una di quelle domande che se ci fosse stato qui Andrea si sarebbe imbufalito, perché ha sempre rifiutato le etichette. Chiaro che come gruppo siamo stati inquadrati nel periodo post-punk e quella è l'area dalla quale proveniamo, ma definirci post-punk assolutamente no! Sull'ambiente fiorentino degli anni 1982-1987 non saprei... tanti critici e storici hanno provato a definirla, ma francamente non mi riconosco in nessuna delle etichette date. Viceversa, uno come Andrea non vuole riconoscersi e rivendica un'autonomia totale. Noi guardavamo tutto, seguivamo tutto, ci facevamo ispirare da qualsiasi cosa destasse in noi curiosità, possiamo tranquillamente dire che per le nostre installazioni abbiamo un chiaro riferimento a Brian Eno, non c'è problemi ad ammetterlo. Però, da questo a dire che eravamo epigoni o seguaci di questo no. Il nostro approccio è nato dalla mescolanza di diverse contingenze che, ribadisco, io credo sia irripetibile e dovuto alla specificità del fatto di essere quel tipo di persone in quel determinato e specifico momento storico. Quindi non per particolari doti, ma per una convergenza e una casuale combinazione di talenti e di motivazioni esterne che ci hanno portato a fare quello che abbiamo fatto con le modalità con le quali lo abbiamo realizzato.

P. Questa sarebbe stata una domanda da porre all'inizio della nostra chiacchierata, ma gliela faccio adesso. Da dove prende origine il nome del vostro gruppo, ossia Giovanotti Mondani Meccanici?

G. La nascita del nome è del tutto casuale, nel senso che è un *cut-up* da un romanzetto, che né io né Andrea – o almeno così ipotizzo – ricordiamo il titolo, un romanzetto di serie B che lui aveva preso come spunto per una scena di questo romanzo mai pubblicato, mai finito, dove il protagonista – hai presente il nostro primo computer-fumetto? – dove c'è l'alternanza tra Ella e i Giovanotti Mondani Meccanici. Ella è la protagonista di questo romanzo, i Giovanotti Mondani Meccanici sono un episodio. La nostra idea iniziale era che la serie di fumetti sarebbe stata incentrata su Ella e che i GMM dovessero essere soltanto il titolo del primo capitolo. Poi semplicemente Andrea disse: «Ma questo è quello che più si confà alla rivista – siccome il computer-fumetto è ambientato in un locale, ci sono loro che ricordano un po' i Blues Brothers, dall'estetica un po' ska – facciamo ciò che sembra più idoneo a essere pubblicato su un periodico del genere». Siamo stati completamente travolti dal fatto che i personaggi secondari piacquero moltissimo invece di quello principale e, per di più, siamo stati individuati noi come loro. Quando ci vedevano arrivare esclamavano: «Zingoni, Glessi, ah, i Giovanotti! ». Allora, a quel punto ci siamo detti di cavalcare questa coincidenza fino in fondo e diventare così i Giovanotti Mondani Meccanici. Per confondere ulteriormente le acque, poi abbiamo fatto immediatamente gli avatar umani dei digitali, soprattutto con gli attori che raffiguravano nelle installazioni i GMM. Ci divertivamo molto a confondere tutto e tutti.

P. Dalle ricerche effettuate finora, risulta che voi avete partecipato al Festival Arte Elettronica di Camerino nell'edizione del 1986. Mi racconta come siete approdati a uno dei festival più importanti in Italia negli anni Ottanta?

G. Sì, però questa è una cosa di cui parlavo anche con Francesca Gallo, io mi ricordo poco o niente, perché credo che noi come GMM non siamo andati fisicamente a Camerino. Personalmente ci sono stato nel 1984, alla prima edizione per portare il primo fumetto. Poi per l'edizione del 1986, se ricordo bene, ci prospettarono la possibilità di ospitare alcune nostre video-installazioni o di realizzarle ad hoc per il festival. Ma nel momento in cui ci comunicarono che le nostre proposte risultavano troppo complicate e troppo costose da realizzare, Andrea sdegnato disse di non partecipate neanche come visitatori. Poi c'è da dire che contrattualmente eravamo legati al programma *Mister Fantasy*, non necessariamente presentato lì, e anche Soft Video, la nostra casa di distribuzione, che portò un sacco di artisti tra cui noi. All'edizione del 1986 è stato mandato come nostro lavoro *Le avventure di Marionetti*, ma noi non ci siamo stati fisicamente, almeno così ricordo. Quindi questa esperienza è stata una soddisfazione abbastanza laterale.
Ricordo alcuni personaggi che ruotavano attorno al festival, per me affascinanti e importanti per lo scenario culturale italiano. Tra questi c'era Rinaldo Funari, responsabile Rai e fondatore dell'associazione *Il pulsante leggero*, era una persona incedibile, guardandolo sempre impettito, vestito in giacca e cravatta, con accento romanesco spiccatissimo e un modo di fare molto da romano doc, che parlava con tutti questi schizzati, video-artisti, graffittari e gente del mondo della creatività, veniva spontaneo chiedersi cosa ci facesse lui in quell'ambiente, eppure riusciva ad amalgamarsi e per questo era veramente incredibile. Di fondo era una persona giustissima per mettere assieme questi elementi così diversi tra di loro. Ritornando a noi, la scena di Camerino è stata un'area dove noi GMM gravitavamo poco, questo festival era molto più legato agli ambienti romani e noi eravamo più orientati verso l'ambiente culturale milanese. Per questa ragione abbiamo avuto molti più legami con Franco Bolelli, della rivista *Gong*, e Maria Grazia Mattei. Lei è una miniera! È stata la persona che ha capito tutto, anticipando tutti gli altri. Ha subito comprese che quello era un fenomeno internazionale che non poteva essere confinato alle situazioni di parrocchia, alle situazioni provinciali delle singole grandi città italiane, ma un fenomeno trasversale geograficamente. Infatti si è aperta immediatamente alla scena estera, portando qualcosa in Italia. Infatti si vedeva subito quando arrivava qualcosa di nuovo da fuori, non c'erano paragoni con i risultati italiani. Più che prestare noi attenzione a quanto accadeva altrove, si orecchiava un po' qua e un po' là, ma passavano dei mesi e tutto era dilazionato nel tempo! Adesso si parla di minuti!

P. Quanto i progettisti grafici e gli artisti stranieri, che lavorano nel digitale, riuscivano a permeare la cultura italiana? E quanto sono riusciti a influenzare i lavori di voi progettisti e artisti italiani?

G. Io sono sempre stato appassionato di grafica, ma non ho una vera e propria cultura grafica. Anche facendo questa scuola di grafica pubblicitaria, poi mi sono reso conto negli anni che mi ha dato molte basi dal punto di vista tecnico, ma non di cultura in senso lato. Mi compravo le riviste per conto mio, però costavano una cifra e quindi avevo una visione un po' limitata del panorama internazionale, non ho mai avuto una formazione specifica né una volontà di approfondire quello specifico. Sono figlio di esercente cinematografico, quindi in realtà fin da piccolo sono cresciuto con una certa idea di grafica visiva cinematografica. Io sono nato l'anno che è arrivata la televisione e andavo al cinema tutti i giorni, perché andavo in ufficio da mio padre e avevo libero accesso alla sala cinematografica, vedendo alcuni film fino a sette volte! Per cui alla fine, quando ho disegnato i GMM, riguardandoli rivedo l'ispirazione dei fotogrammi dei film, non sono generati da un'esperienza grafica pregressa, se guardiamo la loro la forma sono immagini formate da rettangoli e poi ci sono schermi, non ho avuto la possibilità di gestirmi la pagina, ovvero lo spazio in maniera libera, il progetto nasce confinato dentro a quella scatoletta che è il monitor del computer o dello schermo del cinema, ciò su cui ho formato tutto il mio immaginario. Nell'episodio di GMM contro Dracula emerge il taglio cinematografico di Friedrich Murnau. I GMM, se vogliamo trovare un parallelismo, rappresentano i Blues Brothers. Anche se non è proprio così. In un certo qual modo anche la protagonista Ella ricorda un po' Grace Jones. Ho provato un pochino a farla mia, ma alla fine forse non ci sono riuscito.
Anche la grafica musicale delle copertine di dischi può essere un elemento che sicuramente mi ha influenzato, ma la grafica vera e propria, oppure la cultura tipografica per quanto mi piaccia da morire, non ho avuto un chiaro riferimento. Alla fine avrò preso qualche spunto un po' qua e un po' là anche dalle riviste di settore, ma ti ripeto non ho avuto un chiaro riferimento, perché mi mancavano le basi.
Ecco la mia cultura visiva è più influenza dalla cultura musicale, i GMM sono contaminati dalla musica, infatti nei nostri computer-fumetti, i GMM sono dei ballerini ska ripresi da un manifesto per la discoteca Tenax disegnati a

china e poi mescolati un pochino con i *Blues Brothers* senza cappello. In realtà sono gli agenti di *Matrix* disegnati anticipatamente di dieci anni.

P. Ritornando alla questione della partecipazione ai festival svolti negli anni Ottanta lungo lo penisola italiana, avete preso parte alle edizioni della rassegna Videoset di Ferrara?

G. No, Videoset non mi risulta. Noi abbiamo partecipato prima a U-Tape una rassegna sempre ferrarese. Noi abbiamo concluso la parabola della rassegna U-Tape, vincendo nel 1988 quella che è stata l'ultima edizione. Successivamente ci è stato confidato da Lola Bonora, organizzatrice delle rassegne ferraresi, che ci fu riconosciuto il premio non proprio per merito intrinseco, ma per disperazione rispetto al panorama generale italiano, ragione per cui ci è stato dato una specie di premio alla carriera. La giuria aveva osservato che tutto quello spirito pionieristico e sperimentale connotativo degli anni precedenti si stava disperdendo e molti artisti dell'ambito video si stavano omologando ai modelli televisivi proposti, quindi decisero che noi con il nostro lavoro *Puccini/Opera* (installazione video) – una rivisitazione delle arie di Puccini per un'installazione dedicata alla moda – avevamo fatto realizzato un progetto molto particolare, che non aveva nulla a che fare con i fumetti né con i soliti video. Il concept è stato il seguente, quello di scegliere quattro arie molto famose di Puccini – *La Bohème*, *Madama Butterfly*, *Tosca*, *Turandot* –, individuando altrettante quattro tematiche principali, l'amore, la carne, l'esotismo e la morte, e di farle interpretare a dei modelli che indossano il lavoro di diversi stilisti ispirati al tema dell'opera. C'erano sempre due cantanti lirici/attori che si avvicendavano in uno scenario descritto come un'astronave-mansarda, in cui c'era un'installazione molto particolare realizzata con degli specchi. Il duetto si esibiva in un continuo rimando di dissolvenze, sovrapposizioni, distorsioni video che come graffi scompongono i volti dei protagonisti. *Puccini/Opera* è un progetto ideato per la moda e da cui abbiamo tratto un video, inviato alla rassegna U-Tape. Non ci avevano premiato tanto per la soluzione tecnica di Puccini/Opera, bensì per la sua idea, identificandoci come il collettivo che realizzava 'progetti strani'. Quando ci hanno premiato si sono raccomandati di continuare a lavorare in quella direzione, laddove non c'era più nessuno disposto a agire in quel modo. L'edizione del 1988 di U-Tape è stata l'ultima e da lì noi siamo stati più invitati ad alcuna rassegna ferrarese.
L'esperienza dei GMM si conclude definitivamente nel 1999. Però credo che c'è un altro nostro lavoro che potrebbe interessarti realizzato negli anni Novanta con dei linguaggi a tra grafica e video: la saga di *Gino il Pollo*. Anche questo è un progetto nato sulla carta per la rivista *Linus*, dopo pubblicato sulla rivista *Re Nudo*, che a un certo punto si trasforma in un progetto video fino a diventare un cartoon. Addirittura questo progetto è diventato un fenomeno web basato sulle animazioni del programma Flash, tecnologia di animazione di allora. *Gino il Pollo* tra la fine degli anni Novanta e il Duemilauno è diventata proprio un cartone animato mainstream sulle reti Rai.

P. Ricapitolando il lavoro di *Gino il Pollo* quindi nasce nella metà degli anni Novanta?

G. Sì. Su il progetto *Gino il Pollo* posso mandarle uno scritto non ufficiale che racconta tutta la genesi di questa idea che è molto particolare. Fra l'altro, dal punto di vista embrionale, è un'idea proprio di Giancarlo Torri. Giancarlo Torri ha trovato il pollo, poi gli ha dato il nome Gino. Il titolo completo di *Gino il Pollo* è stata un'idea di Andrea Zingoni e ha fatto tutta la differenza del mondo. Però, se bisogna essere corretti del punto di vista della genesi vera e propria, il primo che l'ha individuato come personaggio televisivo è stato Giancarlo. L'ha utilizzato per fare uno spot, anche questo legato all'ambito della moda.

P. Nei vostri lavori e soprattutto dalle sue parole si deduce che nell'approccio dei GMM c'è sempre una continua contaminazione tra i diversi ambiti e i linguaggi, tra grafica, video, musica e moda. Conferma l'impressione che ho avuto?

G. L'ibridazione è una costante assoluta, anche perché rispetto alla moda, bisogna dire che Firenze è stata una città fulcro di quest'ambito, che anche grazie e attraverso le rassegne del Pitti, diventava uno sbocco lavorativo naturale e obbligato soprattutto fino ai primi anni Novanta. Ovviamente per ragioni economiche, le case di moda erano gli unici clienti paganti, perciò si potevano avanzare delle proposte artistiche e delle idee che poi trovavano un terreno fertile per lo sviluppo e la produzione, la moda ha avviato una sorta di mecenatismo moderno. Per certi versi anche molto indirizzato, perché non ci lasciavano completamente liberi, però era uno scenario differente che non aveva nulla a che vedere con quanto sarebbe arrivato subito dopo negli anni Novanta, dove era dominante il prodotto. Quando abbiamo iniziato a lavorare noi in quest'ambito era più importante restituire un'atmosfera e individuare la tendenza, a dispetto del messaggio limitato a quel singolo momento storico. Era fondamentale studiare e affrontare delle ricerche sulla tendenza e sui colori. Una volta abbiamo realizzato un'installazione enorme per la rassegna Pitti Filati (1990), basata solo sugli studi di tendenza, completamente liberi di proporre il nostro concept che poi hanno effettivamente accettato. Con il Pitti abbiamo avuto diverse collaborazioni, di queste devo recuperare le date. Il passaggio, il cambiamento di rotta nella comunicazione di moda è avvenuto quando siamo diventati i referenti di Giancarlo Ferrè per le sue sfilate e contemporaneamente sono comparsi sulla scena dei video gli studi mobili milanesi, in grado di girare e montare i video nell'arco di una notte, soffermandosi però non più sull'atmosfera del tema della sfilata, ma semplicemente sui dettagli di produzione dei capi. Questa velocizzazione nasce dalla necessità di soddisfare le esigenze dei compratori giapponesi, che partivano il giorno dopo alla filata e avevano bisogno di portarsi via il nastro del girato per mostrarlo in Giappone. È stato il mercato orientale che ha innescato la miccia del cambiamento. Non interessava più raccontare una storia, ma vedere il dettaglio dei capi e avere il loro campionario già pronto. In un paio d'anni sono sparite sia la modalità sia la mentalità comunicativa degli anni Ottanta. Non interessava più raccontare, lo storytelling della moda così è sparito e il prodotto è diventa il protagonista.
Ti racconto questo aneddoto sulla contaminazione dei linguaggi, cinque-sei giorni fa uno stilista, Marco Rambaldi, ha preso i fumetti li stampati messi sui suoi capi, una cosa che non avrei mai immaginato a trentacinque anni di distanza dalla nostra prima pubblicazione del computer-fumetto.

P. Un'ultimissima riflessione relativa al recupero della storia della cultura italiana degli anni Ottanta e Novanta. Come mai non è stato possibile raccontare queste storie e la vostra storia prima della seconda metà degli anni Duemiladieci?

G. Per me c'è un problema dovuto alla mancanza di documentazione. Questo allarme l'aveva già lanciato Lev Manovich nel 2000, già vent'anni fa. È stata realizzata e progettata troppa roba, tutta molto fragile dal punto di vista della matericità, molto effimera visto che è digitale, che è andata a perdersi e nessuno ha impiegato la testa per mettere tutti gli accadimenti un po' in fila. Collaboro molto volentieri alla ricostruzione di questo periodo, temo che sia un'opera molto difficile se non si trovano dei punti di contatto o di apertura alla collaborazione, così com'è capitato appunto ai ricercatori della Sapienza che stanno facendo il censimento delle opere video, partendo dal Festival di Camerino. Con me ti trovi in una situazione in cui cerco di tenere di un minimo di traccia di tutto il lavoro svolto dai GMM, occupandomi anche della sua sopravvivenza attraverso il passaggio delle tecnologie. Tenere i nastri originali, non serve assolutamente niente, anche conservati bene ma, ogni anno che passa è sempre più a rischio, quindi è necessario riversare tutto in sistemi più contemporanei. Molti miei ex colleghi, ma anche amici che hanno realizzato cose notevoli non sono molto predisposti a recuperare i loro progetti e a farne tema di ricerche e questo è veramente un peccato.
Io ho fatto una scelta quantitativa, dico la verità, perché tra fare una salvaguardia filologica doc e scientificamente inappuntabile, e una massificazione per il trasferimento, ho scelto la seconda strada. Ad esempio, sono a conoscenza che a Udine esiste un laboratorio di restauro dei video con il quale sono entrato in contatto ad un certo punto, ma se avessi dovuto far recuperare a loro tutta la mia videografia, primo mi costava troppi soldi e secondo avrebbero impiegato almeno dieci anni. Ho scelto invece un sistema brutale di conversione da video analogico a video digitale e poi dal video digitale al computer, sicuramente certi dettagli si sono persi, perché alcune cose realizzate in analogico – ma sono poche – non si trasferiscono in maniera puntuale. Però almeno si vede qualcosa, si capisce cos'era.
Con la ristampa del fumetto che mi è stata proposta da un editore romani sto rimettendo mano a questo archivio, che io ritengo abbastanza completo soprattutto per i primi anni, che poi sono quelli che interessano di più. Ma purtroppo è un archivio non ancora sistematizzato e questo, mi rendo conto, è complesso soprattutto nel collegare tra loro tutte le situazioni, è la cosa più difficile. Infatti, quando rileggo le ricostruzioni, mi rendo conto di qualche tassello mancante che mi viene da dire «no, ma non era proprio così... oppure è letta così, ma non era...» e adesso sento il bisogno di puntualizzare.

Lodovico Gualzetti

progettista grafico
▶ Sesto San Giovanni
30.07.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

G. Io provengo dalla Valtellina, fino ai diciotto anni ho vissuto lì e ho intrapreso un percorso di studi che poi ho abbandonato. Ho lavorato in una libreria e poi mi sono trasferito a Milano appena diciannovenne per frequentare la scuola di grafica e nel 1977 mi sono iscritto alla Scuola Umanitaria ai corsi serali. Nel frattempo ho dovuto fare il militare, interrompendo la scuola perché questo percorso formativo non veniva riconosciuto come professionale, e la scuola era diventata un'istituzione regionale non più provinciale, ristrutturando l'intero corso di studi. Così finito il militare mi sono ritrovato a finire un corso che era diventato biennale. Frequentavo il corso serale perché la mattina lavoravo come progettista grafico in una casa editrice, Edizione Unicopli – tra l'altro ancora esistente – che si occupava nello specifico di libri per l'università. Si quotavano i testi e si mandavano in fotocomposizione a Padova dove il procedimento costava meno rispetto a Milano. Dopodiché la sera frequentavo anche corsi di specializzazione in comunicazione visiva con Aldo Colonetti allo IED, da questa esperienza formativa ho incominciato a fargli da assistente. All'interno di questi corsi di specializzazione venivano c'erano persone del calibro di Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, e io facevo l'assistente. Ricordo che Franco Origoni si occupava dell'insegnamento del corso di allestimento. Terminati i percorsi di formazione con un paio di miei colleghi abbiamo deciso di aprire il primo studio nel 1984, eravamo in cinque e il primo investimento fatto è stato l'acquisto di una macchina *Lumigraph* – per 4 milioni di lire –, macchinario che permetteva di lavorare con le patinate e fare gli esecutivi per la stampa, ovviamente in bianco e nero perché facevamo realizzare in fotolito le selezioni di colori.
Così per riassumere, dal 1978 agli 1980 ho fatto il militare, poi dal 1981 al 1983 ho lavorato nella casa editrice, tra l'altro era una realtà molto legata alla politica e li ho conosciuto anche Gianni Sassi e Giacomo Corna Pellegrini, per il quale ho progettato una collana quand'era ordinario di geografia in università. In quegli anni la nostra clientela era composta dai docenti che venivano a realizzare i primi libri, sostanzialmente erano libri classici. Ricordo che l'unico studio che possedeva la filiera della fotocomposizione internamente era G&R Associati, quindi visti i costi elevati dei service esterni fotocompositori abbiamo iniziato a rivolgerci a loro. Difatti Ricordo Galli, uno dei miei soci, ci portava dai G&R Associati e lì componevamo i nostri testi per i nostri bozzetti, così abbiamo incominciato a mettere un po' naso nel processo di fotocomposizione. Allora c'erano solo quattro font da poter utilizzate, quindi quattro schede che giravano e con la luce laser venivano proiettati sulla pellicola fotosensibile. I corsivi e i grassetti si facevano usando una lente che distorceva di conseguenza la font, se volevi mettere font diverse costava di più, perché dovevano aprire la macchina, mettere un atro dischetto, cambiare la font e via dicendo. Per ragione di costi onerosi noi preferivamo stampare in linotipia, perché costava meno, componevano i testi con i macchinari Linotype, tiravano un lucido, chiamata 'pellicola d'uovo', poiché era da una parte liscia e dall'altra ruvida, restituendo l'effetto del guscio dell'uovo. In ogni modo il processo di stampa della linotipia era diversa da quello della fotocomposizione, dove la pellicola era opaca e veniva montata sulla lastra, altrimenti si imprimeva con un altro metodo, usando la reprocamera che serviva più per le immagini.
Noi dello studio consegnavamo le singole pagine e poi c'era il fotocompositore che le montava, o meglio, c'era il montaggista che aveva sia il compito di assemblare assieme i blocchetti di testo su un'unica pagina e nel momento in cui c'era un errore, soprattutto sull'ultima bozza, trattava la cianografica con l'ammoniaca – come si faceva coi disegni tecnici –, e ritagliava la parolina corretta direttamente sulla pellicola inserendola dentro in modo da correggere più o meno velocemente l'errore. Era tutto un lungo lavoro manuale, che si concludeva posizionando i retini dei disegni o delle immagini.
Una volta acquistata la *Lumigraph* ricordo di aver fatto per diversi anni gli annuali di un'azienda, quinsi realizzavamo noi tutte le parti fino ad andare in stampa le pagine finite, questo lavoro pratico ci aiutava a fatturare, realizzando: le pellicole per le stampe monocromatiche; le prove di ingrandimento delle immagini, eccetera. Poi quando è arrivato i computer, tutto questo è un po' sparito.
Quando ci siamo trasferiti, nel 1992 se dovevo progettare qualcosa al computer pagavo uno studente abile nell'utilizzo, dopodiché abbiamo iniziato ad avere un ragazzo fisso che lavorava con il suo computer e poi con l'arrivo di Francesca Vanzetta – tutt'ora mia socia – è stato introdotto il primo computer, credo fosse il 1996. Comunque sia noi abbiamo continuato ad utilizzare la fotocomposizione per diversi anni, soprattutto per correggere le bozze e anche lì era un continuo segnare i testi. Dopo nel 2000 apriamo lo studio Magutdesign all'interno di un incubatore sociale a Sesto San Giovanni ed è stato anche il momento in cui abbiamo aperto la società, ampliandola ad alcuni ex studenti dello IED e ad altre persone, tieni presente che all'inizio eravamo in tredici, ma adesso rimasti in sette. Dal Duemila abbiamo iniziato a lavorare tutti sul computer, cimentandoci nella progettazione di siti e poi nel 2003, finito il periodo di incubazione, siamo venuti qui e si siamo allargati.
Ritornando all'acquisto del primo computer, adesso ricordo meglio era il 1996, abbiamo deciso di acquistare solo un modello perché Francesca era l'unica che sapeva usarlo, noi non sapevamo nemmeno accenderlo, poi ha incominciato ad utilizzarlo l'altro mio socio, Roberto Maremmani, e così abbiamo comprato un altro dispositivo. Poi pian piano anch'io ho iniziato a utilizzarlo. Ricordo che all'inizio facevo le fatture utilizzando InDesign, adesso ho smesso perché c'è la fatturazione elettronica, era l'unico programma che sapevo usare. Illustrator e Photoshop non riesco assolutamente ad utilizzarli, sono rimasto primitivo.

P. Quindi l'impiego di strumentazioni elettroniche come la *Lumigraph* o la fotocopiatrice può essere considerato un passaggio che ha accompagnato molti progettisti della sua generazione nella transizione dall'analogico al digitale?

G. Direi di sì. Anche per i costi onerosi, come ti dicevo la *Lumigraph* è stato il primo investimento nel 1984 e ci era sembrato un investimento assurdo.

P. Nelle diverse formazioni dello studio avete sempre utilizzato un parco computer dell'azienda Apple?

G. Abbiamo sempre lavorato su computer Mac, però, ad esempio, per la parte multimediale lavoravamo su pc perché all'epoca i siti giravamo meglio sui pc. Poi mi ricordo la questione del conflitto dei programmi tra i due sistemi operativi, tra la casa software Adobe e un altro che non ricordo. Credo fosse Dreamweaver contro un altro di Adobe, perché Dreamwaver usava il programma Flash.

P. Mi può spiegare meglio come funzionava la macchina *Lumigraph*?

G. Sì, certo. La *Lumigraph* era fondamentalmente una reprocamera. Era un grande oggetto con due manopole che era una macchina fotografica, composta da due piani, nel nostro caso orizzontali. Nel piano di sotto riponevi quello che dovevi riprodurre così da poterlo ingrandire o ridurre. Aprivi la parte sopra dov'era allocata la pellicola, una specie di coperchio, ovviamente tutto in camera oscura a luce rossa, chiudevi e avviavi lo scatto fotografico. Il risultato era questo foglio che accoppiavi con un altro foglio di patinata e lo infilavi in una sviluppatrice, dopodiché quando usciva avevi le patinate che poi ritagliavi e

incollavi sul layout cartaceo che avevi predisposto. Potevi anche retinare con questa macchina, per fare i toni di grigio e si potevano fare anche a colori, ma noi facevamo fare le selezioni a colori da fotolitisti perché poi le correggevano. Per esempio, abbiamo progettato l'identità per mostra della Federazione milanese durante la festa dell'Unità a livello nazionale per la quale abbiamo lavorato fianco a fianco con un collezionista che sceglieva le vignette della rivista Linus da riprodurre. Con la Lumigraph potevamo ingrandire le copertine e le pagine fino alla dimensione di un A3, il formato che ci serviva. Difatti il formato massimo di ingrandimento della macchina era proprio l'A3. Invece per riprodurre le cose piccole si tagliava direttamente la carta, si poteva fare su carta normale o su pellicola, ovviamente in pellicola era già pronta per andare in stampa. All'interno di questa mostra avevamo coinvolto anche un decoratore che incollava questi fogli su un pannello di compensato con la colla Vinavil sulla gabbia che avevamo fatto noi e che avevamo riportato sul pannello. Così, prendevamo i testi piccoli stampati in fotocomposizione e li ingrandivamo con la retrocamera, poi ingrandivamo i disegni e lui infine montava il tutto. Altre volte invece per le mostre si faceva tutto il bozzetto in piccolo e lo consegnavamo al service che possedeva un foto ingranditore, ovvero una retrocamera più grande e professionale che stampava a rullo, quindi riusciva a realizzare dei panelli con una base di 100 cm, proiettando direttamente la grafica che gli consegnavamo. Dopodiché il panello veniva incollato su alluminio e si otteneva un pannello rigido pronto per la mostra. Questi due procedimenti lunghi creavano discussioni infinite sugli slogan, sui testi e sui segni in genere, sulla loro collocazione e il più delle volte venivano poco criticati dalla committenza.

P. L'avvento del computer e della strumentazione digitale ha mutato la sua metodologia progettuale?

G. Per tutto un periodo no, perché quando eravamo in tanti in studio principalmente svolgevo la parte di art director, abbozzavo a mano e poi facevo sviluppare. Quando poi siamo diventati Magutdesign tutto ciò che abbiamo progettato riportava nome il nome dello studio ed io seguivo maggiormente gli allestimenti quindi o ero in cantiere o dai fornitori e poi al computer in genere abbozzavo cose che altri sviluppavano. Certo anche la mail significava usare il computer soprattutto per tenere i rapporti lavorativi. Adesso invece ogni tanto per iniziare a progettare parto dal computer, però sempre e solo dopo avere sviluppato dei bozzetti a mano, come il marchio che avevamo proposto per il concorso della regione Lombardia. Quello l'ho realizzato con il programma InDesign, poi ne ho parlato con tutti gli altri coinvolti all'interno del progetto e quando tocca fare il definitivo lo passo a Francesca, che lo sviluppa e lo fa realizza su Illustrator. Alcuni attuali soci, nati come miei ex studenti, come Andrea Schieppati, si sono subito buttati sul computer, ricordo che lui all'inizio usava FreeHand e poi gliel'abbiamo tolto perché non si riuscivano più a leggere i file su nessuno altro dispositivo. Ad esempio, il mio socio Roberto – adesso in pensione e tutt'ora illustratore – lui usava molto il programma Photoshop, ma realizzava dei file jpeg pesantissimi, da 50 mega l'uno perché continua a creare livelli su livelli. In fondo nessuno ci aveva insegnato come utilizzare la nuova tecnologia, a dispetto degli altri soci o collaboratori che invece avevano iniziato a progettare già dai tempi della scuola con il computer, tra questi non c'era Fabio che ormai è si è trasferito negli Stati Uniti. Fabio l'ho conosciuto nel 1999, quando ancora insegnavo allo IED – insegno lì fino al 2006 – e dove tutt'ora seguo le tesi. Fabio era un mio tesista molto dotato, allora mi disse che non usava il computer e che voleva portare avanti una tesi sul multiculturalismo. Lui fece una serie di manifesti con la tecnica del collage, il tema aveva a che fare con l'arrivo degli albanesi in Italia. Dopo essersi laureato si è trasferito a New York, nel mentre che frequentava il corso di inglese trascorreva i pomeriggi presentandosi negli studi con il portfolio,. In uno di questi lo hanno assunto e gli hanno insegnato a utilizzare il computer. Alla fine degli anni Novanta allo IED c'erano docenti che insegnavano a utilizzare i software e il computer e chi, come me, insegnava progettazione con i vecchi metodi.

P. Essendo stato per diverso tempo un membro attivo dell'Aiap come veniva percepito lo scenario internazionale all'interno dell'associazione?

G. personalmente ho coltivato un rapporto diretto con il Sud America, perché nel 1981 ho affrontato il primo viaggio in Perù e poi nel 2003 sono andato a Santiago del Chile con lo IED dove facevo una serie di conferenze raccontando appunto la realtà della scuola. Dopoché li ho conosciuto Marco Gatti con il quale sono andato a visitare la redazione del principale quotidiano cileno *El Mercurio*, dove ho conosciuto alcuni progettisti. Poi allo IED è venuto questo grafico che faceva la gazzetta *Tucuman* utilizzando la tecnica del collage, ho anche conosciuto una ragazza che lavorava coi segni degli Indios. Ho portato i suoi lavori in mostra in Aiap e all'Archivio Sacchi. Tra i grafici sudamericani c'è anche Lucy Salamanca, lei è colombiana ed è una mia cara amica. Quindi ho avuto e ho rapporti soprattutto con queste realtà, ma non ho mai avuto contatti con gli olandesi che sicuramente sono stati più rivoluzionari nell'uso del computer.
Restando nell'ambito dell'utilizzo del computer in modo pionieristico ho avuto maggiori rapporti professionali con Studio Azzurro.
Per quanto riguarda l'Aiap ha avuto il merito di organizzare convegni e assemblee con ospiti internazionali, ma se ricordo bene è una vicenda legata più agli anni Duemila. In uno di questi eventi ho conosciuto Rudy Bauer. Poi attraverso l'Aiap ho avuto modo di entrare in contatto con lo studio Dumbar, infatti, quando facevo parte della redazione di *Progetto grafico*, abbiamo cercato di intessere maggiori relazioni con lo scenario internazionale... ormai è un periodico troppo accademico. Ciò che ho tentato di fare nel mio piccolo, soprattutto dal punto di vista dell'approccio progettuale, è sempre stato intervenire nel progetto degli allestimenti con interventi particolari. Ho avuto anche una piccola esperienza con l'Accademia di Bolzano che mi ha portato a conoscere un po' meglio il mondo tedesco e austriaco, conoscendo Berthold Weidner che lavorava al computer e progettava le segnaletiche per l'azienda Foster. Sono entrato a contatto con questo mondo tedesco molto metodico, appunto l'uso della matita, il riflettere sulla filosofia della progettazione.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti grafici internazionali durante il periodo della sua formazione? E successivamente?

G. Quando ero uno studente gli stranieri ai quali guardavo erano: Bob Noorda, Max Huber, Ornella Linke. E poi c'era Albe Steiner. Sicuramente sono stato influenzato, come tutta la scena milanese, dalla grafica svizzera attraverso il lavoro di Max Huber, poi dal Bauhaus che era un approccio molto presente. I progettisti svizzeri si erano trasferiti a Milano e avevano lasciato un segno indelebile, al quale noi in studio ci inspiravamo sia nel progetto dei marchi sia nei segni rigorosi e puliti. Ecco, questo più o meno era il rapporto con l'estero e poi era ero maggiormente influenzato dall'architettura. Poi avevo come riferimenti le riviste *Domus* e *Abitare*, ma effettivamente non avevo una rivista di grafica a cui mi ispiravo. Poi quando è arrivato il computer, il primo uso fatto del web era scaricare le immagini che mi piacevano, ovviamente con tempi lunghissimi, non come oggi che impieghi un attimo. Allora era un'operazione faticosa, anche perché il modem era attaccato al telefono e la connessione non era così rapida.

P. Secondo lei, quali sono state le ragioni che hanno decretato la mancanza del dibattito sui cambiamenti introdotti dal computer in Italia?

G. Perché non si sentiva la necessità ed eravamo molto presi dal lavoro. Quando il computer è stato immesso in commercio io mi ero licenziato dalla casa editrice, Aldo, il mio primo socio, lavorava in tipografia così nel gennaio del 1984 avevamo messo apposto quello studio, mettendo con la reprocamera e il telefono che avevamo già comprato. Dopo essermi licenziato sono andato da Franco Rigoni, uno dei mie docenti dei corsi di specializzazione con cui ho imparato progettare allestimenti e che ci portava a vedere le mostre, come quella del Visual design allestita sotto il Duomo. Ricordo di quell'esperienza che ci aveva fatto incollare la gomma morbida su dei pannelli di masonite con davanti il plexiglass tenuto al pannello retrostante con dei mollettoni per proteggere gli originali e in questo modo non bisognava mettere lo scotch. Mi propose di seguire uno stand in una fiera, di cui non ricordo il nome, e così ho iniziato a lavorare.
L'Aiap organizzava un po' di eventi, ma non ricordo che fossero dedicati alla questione del digitale, semmai negli anni Ottanta il focus era più sulla grafica di Pubblica Utilità, ricordo un incontro con Giovanni Baule per la discussione sulla *Carta del progetto grafico*.
Allora c'era tutto un mondo attorno a Milano tra design, moda, politica, politica legata al design con i manifesti. Ricordo maggiormente dibattiti di tipo ideologico sul ruolo della grafica nel contesto urbano milanese. Poi in quegli anni il graphic design era in mano a pochi, 'il circolo dei famosi', ovvero erano i grandi nomi che dettavano le leggi del settore, in poche parole non c'era bisogno di dibattitto insomma si guardavano i progetti realizzati e fine. Eravamo nel turbine del lavoro.
Quando nel 2000 hanno fatto la classe di laurea in disegno industriale, inserirono la dicitura design della comunicazione. Se allora eravamo i grafici adesso siamo i designer della comunicazione visiva. Io faccio il grafico e ricordo una volta in commissione insieme a Bob Noorda per il concorso di un marchio, ha riso tanto quando gli raccontavo che, secondo me, la pubblicità è l'anima del commercio e la

grafica è il commercio dell'anima. Questo alla fine era la grafica e poi si è passati al digitale, quindi è li che si è iniziato a riflettere? Non saprei. Poi c'era lo Studio Azzurro che faceva robe all'avanguardia. Ripeto c'erano piccoli dibattitti tra di noi, ma non a livello nazionale.

P. Facendo parte della realtà progettuale milanese come ha percepito il lavoro Mario Convertino realizzato negli anni Ottanta nell'ambito della videografica?

G. Mi ricordo che avevano fatto una mostra molto bella sulla copertina dei dischi curata da lui qui a Milano, diciamo che quella parte lì non mi è mai interessata, mi interessavano molto di più le copertine dei dischi. Avendo conosciuto personalmente Gianni Sassi, mi interessavano di più le copertine musicali che la videografica. Nel 1974 feci una tournée con la band Area per montargli i palchi in tutta la Lombardia, per me Sassi era quello che portava gli scatoloni dei dischi in magazzini. Quindi ciò che mi interessava erano queste copertine, nonché i manifesti fatti per la rassegna Milano Poesia e quelli per i concerti. Sulla grafica in movimento qualche sigla tv riuscivi a capire se era migliore di altre oppure no, però non mi hanno mai entusiasmato così tanto. Posso dire che mi ero interfacciato alla grafica in movimento o con la musica o con lo Studio Azzurro, pero sì di Mario Convertino mi vengono in mente soprattutto le copertine o i manifesti di alcuni concerti come quella dell'Area, era una grafica particolare anche se si guardano soltanto i suoi titoli e il lettering.

Alessio Leonardi

progettista grafico
e type designer
▶ via Skype
11.03.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto.

L. Sono stato all'ISIA e ho studiato lì, credo dal 1984 al 1989. L'ISIA era l'unica scuola di disegno grafico, di comunicazione visiva pubblica all'epoca. Mi sono iscritto all'esame di ammissione con poche speranze di entrare, perché c'erano 500 domande per 25 posti e io provenivo dal liceo classico, per cui avevo assolutamente avuto contatti con le penne stilografiche ma non con le matite e quindi mi sembrava una cosa un po' strana. Credo mi hanno preso per pietà o cose simili, forse perché li ho convinti parlando, più che con i disegni. Comunque lì ho imparato a fare un po' di cose, c'era una bella atmosfera in un monastero all'epoca piuttosto isolato. Per andare a comprare un libro, ricordo, che bisognava andare fino a Milano o a Bologna. Bologna era abbastanza vicina. È stata un'esperienza piuttosto sabbatica. Ho avuto come docenti Michele Provinciali, che avrebbe voluto metterci veramente in un convento e farci alzare la mattina alle quattro per mettere a cuocere il pane! Sarebbe stata un'idea fantastica peccato non ci fossero molti volontari disposti a seguirlo!
Per quanto riguarda il disegno del carattere, il mio docente è stato Umberto Fenocchio, prima studente e poi collaboratore di Aldo Novarese. Aveva un'idea un po' convenzionale della tipografia ma ci ha fatto lavorare molto manualmente, per cui abbiamo utilizzato sempre Bodoni in linea con le sue teorie, che Fenocchio utilizzava come carattere concorrente all'Helvetica. Di base ho ricevuto una buona istruzione, la capacità di disegnare una lettera sia con il compasso e il tiralinee, che schizzandola sulla carta. Poi ho fatto la mia tesi con Provinciali e mi sono permesso di progettare due caratteri da utilizzare nei miei lavori e allora li ho fatti a mano, fotocopiati e poi incollati, su diversi mezzi. Quindi una cosa completamente manuale. Ricordo che gli ultimi mesi del mio percorso di studi, è arrivato Umberto Fenocchio in aula, tutto eccitato, con un foglio A4 esclamando: «Guarda, questo l'ho stampato io! Con il computer!». Ci è sembrato veramente matto, noi l'abbiamo guardato come per dirgli «Va bene Umberto, è tutto a posto...»

P. Quindi mi sta dicendo che all'interno dell'ISIA in quegli anni non esistevano ancora dei corsi che utilizzavano il computer?

L. No. È arrivato dopo, credo 2-3 anni più tardi. Io successivamente mi sono trasferito a Berlino, dopo aver svolto il servizio civile. A Berlino ho lavorato da MetaDesign e lì a situazione era un po' diversa dall'Italia perché il capo di MetaDesign, il suo fondatore, aveva ottimi contatti con gli Stati Uniti, con l'azienda Adobe e con Apple. In studio arrivavano sempre i computer e i programmi che erano appena usciti o erano ancora in fase di sperimentazione.

P. Quindi il suo primo contatto con il computer è arrivato quando si è trasferito a Berlino?

L. Esatto

P. Quali sono stati i suoi riferimenti rispetto quello che stava accadendo all'estero? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito al suo bagaglio culturale. Come si è formato rispetto a quello che stava succedendo all'estero, rispetto anche al digitale?

L. Come ho detto prima, per trovare un libro bisognava viaggiare, non era una cosa molto semplice. Però avevamo trovato alcune perle, una di queste è stato naturalmente il volume *Il linguaggio grafico di Neville Brody/ Graphic Language of Neville Brody* e l'altra è stata una mostra quella sulla Pacific Wave a Venezia.

P. Quindi ha avuto modo di visitare la mostra *Pacific Wave. Californian Graphic Design* tenuta a Venezia nel 1986?

L. No, però ho trovato il catalogo in libreria e sono rimasto impressionato soprattutto da April Greiman. Allora non c'era la possibilità di guardare altre cose, c'era questo libro e poco altro, tutto era lì dentro, non c'era la possibilità di cercare spunti su Google! Poi April l'ho conosciuta da MetaDesign perché era amica di Erik Spiekermann. Non sapevo cosa dire, ero pietrificato quando l'ho incontrata! Sono quelle esperienze un po' strane!
Il computer l'ho comprato prima di andare a Berlino, con la mia eredità: mio padre mi ha lasciato piuttosto presto. Non ha mi ha lasciato molti soldi, ma con quelli sono riuscito a comprare un computer e una stampante. Ho avuto una prima commissione tipografica dall'azienda Siemens per realizzare un bitmap del Courier. All'epoca non esisteva ancora il Postscript, per cui se si doveva rappresentare il carattere allo schermo, bisognava prima disegnarlo, poi piazzare i punti dei pixel nella posizione corretta per i diversi punti di grandezza, partendo da 6 punti fino a 32 punti, tutti passaggi necessari per disegnare i font. Che è una cosa che mi ha un po' condizionato anche per quanto riguarda i caratteri che ho progettato, come *Elettriche* o *Modula* o *Baukasten* (1995), che avevano tutti costituiti da pixel evidenti ed erano una delle prime commissioni che ho avuto.

P. Si ricorda più specificatamente l'anno in cui ha comprato il computer?

L. Era l'inizio del 1990, un Mac modello *ST*, credo avesse 80 megabyte di memoria.

P. Prima del suo trasferimento a Berlino avvenuto nel 1990, secondo lei il panorama italiano era cosciente che stava avvenendo una rivoluzione digitale?

L. No, non lo era. Come ho detto, eravamo stupiti da Umberto Fenocchio con il suo foglietto A4. Lui forse aveva capito in quel momento tantissimo, però non è riuscito a comunicarcelo in alcun modo. A me sembrava un altro modo di produrre un disegno, ma a noi non era ancora tanto chiaro tutto quello che ci stava dietro, quello che sarebbe cambiato successivamente. Per la mia esperienza siamo stati educati come designer a fare il progetto e poi a seguire la realizzazione, ma ancora da una posizione esterna. Con il computer si è diventati poi anche produttori, non c'è più questa differenza tra il designer che fa il progetto e il tecnico che lo produce. Fino alla stampa siamo c'è solo una figura professionale. Questo credo sia uno dei cambiamenti maggiori. Si decideva per esempio la larghezza di una colonna per un magazine, la grandezza del carattere, l'interlinea, rispetto questi dettagli però nessuno pretendeva da noi di applicarle poi ai testi.
Ho iniziato a vivere il momento del cambiamento radicale solo lavorando da MetaDesign. Dove chiaramente ho visto come il graphic design stava passando dalla produzione analogica a quella digitale in maniera piuttosto rapida. All'inizio lavoravo ancora con fotografie, mettevo un acetato trasparente, sceglievo il taglio, dicevo di ingrandire al 125%. Tutte operazioni che dopo in studio abbiamo cominciato a farle a computer e non c'era più alcun intermediario in mezzo tra la fase di ideazione e produzione.
Per un paio anni non è stato molto chiaro chi dovesse fare che cosa, soprattutto nel primo periodo da MetaDesign.
Dopo un periodo da Spiekermann ho svolto alcuni stage in altri studi e successivamente sono ritornato nuovamente da MetaDesing.
Ecco, in questo periodo ho avuto modo di capire che in questi altri studi la tecnica non era ancora così sviluppata, perciò si percepiva chiaramente un piccolo gap tra gli studi grandi e più aperti, che avevano soprattutto la capacità economica per comprare il computer a tutti i loro collaboratori e quelli che ancora lavoravano un po' manualmente.

P. Perché ha scelto di trasferirsi a Berlino? Perché proprio la Germania, mi interessa capire cosa l'ha spinto a muoversi

fuori dall'Italia e soprattutto se la motivazione è stata condizionata dalla situazione italiana.

L. Quando frequentavo l'ISIA, l'istituto era in contatto con la Germania per un progetto di scambio culturale tra studenti e così ho aderito a questo progetto. È stata un'esperienza molto interessante, soprattutto perché mi ha permesso di conoscere il tipo di insegnamento attuato in Germania. Sono stato anche ad Augsburg (Augusta) di cui avevo avverti una certa simpatia per l'ambiente.
Nel programma di scambio era previsto uno stipendio finanziato dalla Comunità Europea, in questo modo potevo scegliere serenamente il Paese dove fare lo stage. In quel momento ho pensato che lo avrei fatto a Berlino per poi spostarmi probabilmente a Londra. Questa è stata la mia idea, motivata dal fatto che in Inghilterra ci fossero appunto personaggi come Neville Brody e tutti gli altri matti che lavoravano all'epoca nell'ambito della tipografia sperimentale.
Dopo il periodo concordato di stage, il mio stipendio è stato prolungato e così, dopo aver fatto un'esperienza di 6 mesi, mi sembrava simpatica l'idea di imparare il tedesco. Per cui ho deciso di fermarmi un po' di più e poi, senza accorgermene, sono rimasto. Sempre con l'idea di andare a Londra! Ero convinto che sarei andato a Londra, lo raccontavo a tutti! Ho fatto bene, perché a Londra c'era tutta un'altra atmosfera.
Conosco e ho conosciuto diverse persone che sono andate e lavorare a Londra capitando poi in stanze miserabili e pagando degli affitti incredibili, senza contare che spesso lavorativamente sono stati anche sfruttati parecchie volte. Io invece che avevo deciso di restare a Berlino, vivevo in una casa con delle stanze enormi e venivo pagato in maniera più che decorosa da MetaDesign, quindi si stava proprio bene, un ambiente tranquillo. Persino a Milano i colleghi dell'ISIA trasferitisi lì avevano i loro problemi a lavorare in luoghi simili alla cantina, in 5 per tavolo. Questa situazione la trovavi in studi piccoli ma anche in studi grandi come quello di Ettore Sottsass!

P. Secondo lei, invece in Germania si è percepito il cambiamento digitale che stava avvenendo nell'ambito del graphic design?

L. Sì, soprattutto a livello di tecnologia. Stiamo parlando di un Paese come la Germania aveva un passato nella produzione di macchine da stampa tipo la linotype, macchinari che poi sono stati convertiti per la fotocomposizione. Inoltre per tradizione esistevano fonderie che sono passate dal metallo alla produzione di caratteri per la fotocomposizione. Si avvertiva questo cambiamento. Molte erano anche fornitori di MetaDesign, loro si rendevano conto di trovarsi nel mezzo di un terremoto, ma erano incapaci di agire, perché queste aziende non avevano ancora bene capito che cosa fare e come muoversi.
Ho avuto la fortuna di lavorare con Spiekermann, uno dei primi fondatori di una fonderia digitale, infatti è stato tra i fondatori di FontShop con Neville Brody, perché aveva capito che questi grandi dinosauri (le vecchie fonderie) non erano in grado di rispondere alla nuova situazione in cui il design non era più soltanto quello che faceva uno schizzo iniziale del carattere, ma era anche quello che lo produceva dall'inizio alla fine.

P. Passando alle vicende italiane e al suo coinvolgimento in alcune che ho individuato, come è arrivato a collaborare con Alessandro Jumbo Manfredini alla realizzazione del primo numero di *Climax*? Cosa l'ha spinta a dar vita con Fabrizio Schiavi all'esperienza di *Fontology*?

L. Jumbo l'ho conosciuto a Berlino durante la manifestazione *Fuse* nel 1995. Abbiamo entrambi partecipato ad una delle conferenze e lì qualcuno ci ha presentati, sinceramente non ricordo chi. Abbiamo iniziato a chiacchierare un pochino e lui era un entusiasta con un sacco di idee, alla fine mi ha chiesto se volevo collaborare con lui ad alcune di queste e poi ha realizzato questa rivista, *Climax*.
Personalmente ho soltanto collaborato con un paio di contributi, dopo attraverso l'esperienza della rivista sono entrato in contatto con Fabrizio Schiavi, una persona estremamente educata, un tesoro quel ragazzo, però molto molto timido! Lavora in maniera incredibile, mi piace ancora molto quello che fa, soprattutto perché è innovativo e creativo ma molto accurato. È sempre stato molto attento agli sviluppi tecnologici, ma aveva anche la capacità di annusare l'aria... un veggente.
Con Fabrizio ci siamo confrontati e abbiamo ideato la fonderia digitale *Fontology*, abbiamo prodotto un catalogo, alcune cartoline, piccoli manifesti, progettando anche una pagina internet per la vendita di caratteri, che inizialmente abbiamo venduto attraverso la casa editrice che finanziava *Climax*, ossia Happy Books di Modena. La casa editrice in quel momento credo abbia avuto dei problemi economici, perché non ci hanno mai pagati. Essere pagati non era l'idea principale, piuttosto volevamo condurre degli esperimenti, un modo per far capire che anche in Italia c'era qualcosa di nuovo. Anche se risiedevo già a Berlino, mi sentivo ancora molto legato all'Italia, poi mi piaceva lavorare con Fabrizio, era molto divertente, è una persona estremamente aperta.

P. Per quanto tempo durò il progetto *Fontology*?

L. A livello ufficiale la fonderia è andata avanti parecchio, ma il lavoro vero e proprio è durato all'incirca un anno. All'inizio sono sopraggiunti questi problemi economici con la casa editrice, non era chiaro come sarebbe andata aventi. Poi avevo già un'altra etichetta costituita qui in Germania, *Face2Face*, con Alexandra Branczyk. Con queste 2 label mi sono sentito libero di pubblicare praticamente qualsiasi cosa, perché non c'era nessun filtro. Eravamo noi coloro che decidevano se il carattere andava o non andava.

P. Rispetto ai progetti che ha realizzato negli anni Novanta, c'è una o più font che, secondo lei, rappresentano meglio il passaggio al digitale e perché?

L. La prima font che ho progettato ufficialmente è stata *Priska Serif* (1993) per FontShop. Per me è stata una font importante. Si basava su un carattere serio che poi iniziava ad animarsi, da una parte volevo simboleggiare la tipografia ufficiale/istituzionale, quella del carattere in piombo e della fotocomposizione, progettata da persone che naturalmente conoscevano il loro mestiere, ma ancora molto legate all'industria, a una certa serietà, e dall'altra il volto del digitale. Con questa nuova modalità di produzione dei caratteri si poteva cambiare e iniziare a diventare più liberi, creativi perché non si era più legati alla vendita di tonnellate di piombo. Il digitale permetteva costi di produzione molto inferiori alla produzione analogica.
Priska forse ha rappresentato un piccolo simbolo di liberazione della creatività. Poi tutti gli altri caratteri progettati agli inizi degli anni Novanta erano molto sperimentali. Ho progettato font in cui mescolavo elementi del *Fraktur*, *Kletels* con elementi dell'*Antiqua* per vedere semplicemente se le forme potessero funzionare assieme, vedere il risultato. Ho progettato anche font modulari, tutti aspetti nuovi per me, forse nuovi per tutti in quel momento.
Prima del computer non era possibile intervenire sul carattere in maniera decisiva. Adesso è possibile aprire un Times e riprodurre il *tuo* Times. Era una specie di potenziale creativo nascosto nella nuova tecnologia. In quel momento bisognava solo capire che non si era più costretti a utilizzare delle font già pronte, di cui potevi decidere soltanto la grandezza del corpo e l'interlinea, ma avevi la possibilità di dire: "non mi piace come è fatta la A, la posso cambiare!". C'era un controllo maggiore sulla forma e anche sul tipo di immagine che uno poteva poi comunicare. Una cosa che ha fatto diventare matto Massimo Vignelli!

P. Negli anni Novanta si è occupato principalmente di tipografia, crede che sia giusto parlare di tipografia espressiva in riferimento a quanto progettato in quel periodo?

L. Forse sì, la chiamerei piuttosto tipografia liberata. Nel senso che non si era più costretti a lavorare in un certo modo e si può affermare che allora il carattere poteva essere adattato a qualsiasi tipo di comunicazione che si volesse fare, adattandolo persino alle immagini o alle illustrazioni. In questo modo non si era più costretti nei limiti predisposti dall'industria o dall'International Style. Il carattere, la tipografia diventa un elemento come tutti gli altri. Sicuramente si poteva fare anche prima, soltanto risultava essere molto più complesso e soprattutto era un processo più lungo. Ad esempio, per fare un carattere che avesse la forma di un'onda, si doveva stampare il carattere su un foglio trasparente, poi prendere una lampada, piegare il foglio e proiettare l'ombra su un altro elemento e fotografarlo. Con l'apparizione di Adobe Illustrator di faceva più in fretta!

P. Quali sono i programmi che ha utilizzato per primi nel disegno e nella produzione dei caratteri?

L. Da MetaDesign utilizzavamo il programma ... un software piuttosto noioso perché era non molto flessibile. Era una specie di tool ancora legato alla vecchia produzione tipografica, per utilizzarlo si usava un mouse speciale così composto: davanti presentava una specie di lente e poi 3 tasti con si digitalizzava un disegno. Il progettista realizzava il disegno del carattere, poi segnava i posti dove ci sono ancorare i punti e poi con il mouse potevi cliccare e confermare "questa è una curva, o un punto di collegamento, o un angolo". Sicuramente il programma con cui ci si poteva veramente divertire è stato Fontographer, simile nella configurazione un po' Freehand e abbastanza facile da imparare, dove vedevi subito i risultati in tempo reale e quindi governavi meglio il progetto.

P. Negli anni Novanta si è occupato esclusivamente di type design tipografia o anche di altri ambiti del graphic design?

L. Il disegno del carattere era secondario per il mio lavoro. Lavoravo tutto il giorno, per cui non c'era molto tempo libero! Da MetaDesign era responsabile del settore di Corporate Design, progettavo il logo e ne definivo le regole, le sue linee guida di applicazione. Mi è sempre piaciuto moltissimo scrivere le regole del gioco. Ho fatto cose abbastanza importanti, qui a Berlino, anche per Volkswagen e Audi, clienti che ho seguito all'epoca. Ho progettato anche nell'ambito culturale, ad esempio con Brody ci siamo occupati dell'identità del festival sull'India svolto a Berlino. Mi definisco un progettista grafico a 360°.

P. Perché in Italia invece la sua figura di progettista è associata soprattutto al disegno tipografico?

L. Naturalmente tutti i lavori realizzati per MetaDesign sono firmate da Spiekermann ed è anche giusto così: suoi i clienti e sua la direzione. Credo che i progetti sviluppati nel settore tipografico fossero quelle più personali, più libere; forse di immagini coordinate, progetti editoriali e affini ce n'erano diversi, ma per quanto riguarda il disegno del carattere in circolazione c'era un po' di meno. Comunque anche in Germania attribuiscono riconoscimenti di più al mio lavoro di progettazione dei carattere, forse perché mi associano al carattere per la città di Berlino: in confronto a tutti gli altri lavori che ho realizzato è un grosso lavoro, avendone fatti altri più importanti di questo, direi che forse non interessano a nessuno (risata fragorosa)! Probabilmente ha a che vedere con la qualità: non so se alcune cose sono interessanti e arrivano ad essere conosciute, invece altre cose lo sono meno e più comuni e di conseguenza non hanno una grossa eco.

P. Le è capitato di partecipare a convegni o seminari in Italia negli anni Novanta in cui si parlava di tipografia o grafica in relazione al digitale?

L. C'era stato qualcosa a Rimini nella metà degli anni Novanta, *Night Wave*. Forse può trovare un programma... Carlo Branzaglia è stato uno dei pochi a capire subito cosa stava succedendo e si è dato da fare come un matto per creare spazi e parlarne. Non è un caso che una cosa simile avesse avuto luogo a Rimini e non a Milano, perché a Milano, non avevano ancora capito, anche negli studi più grandi non avevano capito: vedevano il computer come uno strumento di produzione e non come un cambiamento di paradigma.
Mentre Branzaglia, collegato alla cultura giovanile e della musica, aveva già le antenne più avanti. Poi c'erano stati altre piccole conferenze a Torino e a Bologna, ma in forma più compatta: inviti, aperture di mostre...
Gianfranco Torri con cui abbiamo organizzato assieme una mostra sul manifesto a Berlino. Lui aveva avuto l'idea e io sono andato poi a parlare con tutti i designer. È stato uno dei motivi per cui poi sono rimasto più a lungo a Berlino, perché sono entrato in contatto con tante persone. È stato un periodo piuttosto interessante per la grafica a Berlino, dopo la riunificazione delle due Germanie c'erano i designer dell'Est e quelli dell'ovest che finalmente lavoravano uno accanto all'altro, dopo l'abbattimento del muro. I designer dell'Est erano parecchio conosciuti per i lavori sui manifesti, lavori culturali che erano naturalmente pagati dallo Stato. Sono entrato a contattato con alcuni di loro, ho fatto le interviste, ho raccolto il materiale e poi l'ho spedito a Torino, dove Gianfranco aveva organizzato la mostra. Lui aveva già da prima molti contatti con i Paesi dell'Est, con la Cecoslovacchia in particolar modo. È sempre stata una persona molto aperta, molto interessata. Per quanto riguarda il computer, all'epoca non penso fosse così interessato a questo strumento, lui guardava più al linguaggio grafico. Comunque, di sicuro potrà aiutarti ad inquadrare il periodo perché scriveva per la rivista *Linea Grafica*.

P. Nel 1997 si tiene in Italia uno mostra itinerante su David Carson, ha avuto modo di vederla?

L. No, la mostra di Carson non l'ho vista. È stato un personaggio che ha transitato per lo studio di MetaDesign e avuto l'occasione di incontrarlo. Di fatti Carson non era più uno sconosciuto all'epoca in Europa.
Se ricordo bene è stato anche invitato alla conferenza *Typo* che si teneva a Berlino, successiva all'organizzazione di *Fuse*. Credo che lui fosse stato invitato all'edizione di Fuse del 1997, se non mi sbaglio, aveva presentato il suo libro *The End of Print* e ci siamo messi tutti a ridere perché raccontava la fine della stampa con un libro! È stato un personaggio molto importante, si è visto a livello grafico, perché il suo impatto è stato anche più grande di Neville Brody, perché la digitalizzazione era già più avanzata e un sacco di studenti delle scuole di progetto, anche qui in Germania, avendo vito le sue immagini hanno cominciato a riprodurre quello che faceva, fino all'eccesso. Mi ricordo i portfolio di quelli che volevano fare lo stage o cercare lavoro: arrivavano con questi lavori che sembravano tutti uguali! Con Brody era un pochino lo stesso, aveva influenzato moltissimo, ma siccome eravamo ancora nel periodo analogico per la maggior parte, era più difficile da riprodurre.
Tornando a Brody, ti avevo detto di questo libro che era stato molto importante anche per gli studenti all'ISIA. La cosa interessante è che, attraverso Brody, avevamo conosciuto tutta l'avanguardia russa: Aleksandr Rodchenko, ecc. Non ci venivano insegnate queste cose, quindi c'era una grossa sete per la cultura dell'immagine e la storia che all'epoca all'ISIA non veniva trattata per niente.

Giovanni Lussu

progettista grafico
▶ via mail
04.03.2019

Gentile Monica,

per venire alla tua ricerca, varie cose sono successe un po' prima della fine o anche della metà degli anni Ottanta.

Per quanto non vi si faccia quasi riferimento al digitale (e proprio per questo!), per prima cosa ti suggerisco senz'altro il libro di Gianfranco Torri appena uscito, *Lampi di grafica.Diario degli anni ottanta: dalla Biennale del manifesto di publica utilità alla Carta del progetto grafico* (Stampa Alternativa & Graffiti [Nuovi Equilibri], Viterbo 2020).

Ritengo sia essenziale per la comprensione dei cambiamenti nei linguaggi ai quali fai cenno; per valutare cioè quale sia stato nella situazione italiana il peso, a mio parere certo non strabordante, della nuova tecnologia rispetto a svariate altre emergenze di quegli anni.

Sui miei corsi all'ISIA di Roma tra il 1982 e il 1986 trovi qualcosa nel mio *La lettera uccide. Storie di grafica* (Stampa Alternativa & Graffiti, 1999), in appendice al capitolo 04. *Ilcaso della stella a dodici punte. Un'esperienza metaprogettuale*, pp. 98-107.

Qualcosa di più la trovi inoltre in *Tebe dalle sette porte* (ISIA di Urbino, Urbino 2013), che è proprio un racconto delle mie esperienze didattiche, nel capitolo 01, pp. 14-25. *Tebe dalle sette porte* non era commercializzato e lo si trovava solo all'ISIA, ma è esaurito ormai da anni.
Dalla tua mail risulta che non li conosci, ma li riterrei preliminari perché io possa esserti utile nella tua ricerca, se non altro perché da essi risulta l'importanza che attribuivo, eche ancora attribuisco, alla programmazione. Se trovassi difficoltà a reperirli, posso vedere di fartene avere i pdf.

Passando invece alle esperienze di lavoro, segnalo intanto il già menzionato capitolo 04 di *La lettera uccide*, ristampa dell'articolo pubblicato nel numero zero della rivista *Grafica* dell'Aiap, febbraio 1985.
Si tratta del resoconto di alcune procedure preparatorie relative all'immagine da me curata della Festa nazionale dell'Unità tenuta a Roma nell'agosto 1984.

Poi c'è una serie di 'pupazzetti' che ho elaborato al computer nel 1986, senza alcun ricorso alla programmazione, finalizzati alla realizzazione di un audiovisivo a diapositive diargomento antinfortunistico. Il computer era il Commodore *Amiga 1000*, commercializzato negli Stati Uniti nel 1985, e il programma applicativo, antecedente dell'Adobe Photoshop, era il *Deluxe Paint* lì già residente. La risoluzione era piuttosto bassa, e quindi le immagini, compreso un alfabeto 'copia-e-incolla', erano progettate di conseguenza. All'epoca non c'era alcun modo per trasferirle su diapositiva (direi che adesso sarebbe ancora più problematico), e quindi era stato fotografato lo schermo, una volta assicurate perpendicolarità e complanarità.
Questo però vuol dire che io ho solo le diapositive originali, perché una volta passato al Macintosh non sono certo stato a convertire i file. Qui intorno ci sono un paio di laboratori che ricavano file da diapositive: se mi dai qualche giorno posso vedere di mettere insieme qualcosa da mandarti per mail.

Le diapositive le avevo proiettate in un convegno tenuto a Ravenna nel 1987 (vedi p. 126 del libro di Torri), insieme ad altre cose; come ad esempio la mia esperienza a Capo Verde, incommensurabilmente differente (vedi capitolo 05 di *La lettera uccide*). Anni dopo mi era stato detto che quella mia proiezione di immagini al computer era stata decisiva per l'apertura al digitale da parte dello studio Fuorischema di Massimo Dolcini.

Per adesso, mi pare fin troppo.

Fammi sapere. Nel frattempo, buone cose!

G.L.

▶ **via mail**
22.06.2019

Da un punto di vista diciamo ‘immaginettistico’ (vale a dire la grafica essenzialmente come realizzazione di immagini statiche a due dimensioni, come manifesti, copertine, packaging e simili), il computer non ha portato granché. Tutto quello che si fa con il computer poteva essere fatto senza, con gli strumenti tradizionali e con un paziente lavoro di camera oscura. Il punto è che senza computer ci voleva più tempo e quindi costi maggiori. L’uso del computer ha implicato però, si può senz’altro affermare, un generale decadimento della qualità, per la semplice ragione che minor tempo vuol dire minor riflessione, diffusione di standard mediocri ecc. Si tratta quindi, per quel che riguarda l’immaginettismo, di questioni socioeconomiche più che ‘semiolinguistiche’.

Per quel che riguarda questi linguaggi, la grande svolta della seconda metà del Novecento si è avuta in primo luogo con l’espansione della stampa offest (e di quella rotocalco per le riviste illustrate), e poi della fotocomposizione, e cioè con il passaggio alla pellicola fotografia e quindi l’emancipazione dai vincoli materiali, e sostanzialmente ortogonali, della stampa tipografica.
Poi c’è stato il rapido passaggio dall’approcio WYGIWYW (*what you get is what you want*) a quello WYSIWYG (*what you see is what you get*), che certo ha permesso la grande diffusione dei computer ma allo stesso tempo dei suoi aspetti più mediocri. Non smetto di stupirmi, ad esempio, che la gran parte dei grafici ignori non dico le procedure, ma l’esistenza stessa del *Tex* di Donald Knuth.
E per fare solo un altro esempio, la notevole qualità, anche grafica, della disponibilità digitale Zanichelli è imprescindibile dal fatto che essa non viene realizzata con applicazioni commerciali, ma per mezzo di software messo a punto dall’équipe di programmazione interna allo studio Chialab, eccetera.

E veniamo ai pupazzetti, fatti guarda un po’ proprio quando invece insegnavo programmazione all’Isia di Roma. Da anni collaboravo con quello che ne è stato il mio diretto commitente, lo studio Gra (Gruppo romano audiovisivi), formato da Gabriella Peyrot, Marzio Marzot e Franco Vergine, producendo immagini per audiovisivi di genere didattico.
Ero intervenuto mi pare in tre audiovisivi: *Piombo e salute,* per il Consorzio socio-sanitario del Comune di Scandiano (RE), *Rischi e danni da rumore*, per la Usl di Reggio Emilia, e un altro sulla pesca in mare, non ricordo per chi.

In questi tre casi i pupazzetti li avevo fatti nel modo più tradizionale, con pennello, china, tempera e acquerello, su cartoncino colorato, utilizzando ‘linguaggi’ molto diversi rispetto a quello per l’audiovisivo di cui stiamo parlando, del 1986.
Nel 1986 il Gra si era praticamente ridotto alla sola Peyrot: Vergine non ne faceva più parte, e Marzot aveva da tempo cominciato a lavorare in giro per il mondo come fotografo per la FAO (è con lui che sono stato in quello stesso anno a Capo Verde, come ho raccontato nel capitolo 05 di *La lettera uccide*).
A Peyrot, che ora vive in Piemonte (e che conserva tutte le diapositive originali dei suoi audiovisivi, anche se non facilmente accessibili), mi sono infatti rivolto per ricostruire qualcosa della vicenda. Si trattava in questo caso di un audiovisivo per l’Istituto per la formazione e l’addestramento professionale dell’IRI (Istituto nazionale per la ricostruzione industriale), dal titolo *Obblighi e responsabilità di dirigenti e preposti*. Prevedeva sei proiettori circolari Kodak Carousel da 80 diapositive ciascuno, per un totale di 480, coordinate con la registrazione sonora, voce e forse qualche intervento musicale. E quindi sì, poiché nell’insieme non poteva certo durare più di un’ora, con una media di otto diapositive al minuto, a diapositive più stabili si alternavano vere e proprie sequenze animate. A fronte di circa 280 fotografie, pare che il mio contributo sia stato quindi di circa 200 disegni. *Amiga 1000* e *Deluxe Paint* li avevo già menzionati nella mia mail del 3 marzo (nella quale scrivevo anche di ‘perpendicolarità e complanarità’, in verità abbastanza problematiche). I disegni erano fatti su tavoletta grafica. La scelta di un contorno spesso, era per ammortizzare la bassa risoluzione, da qui le mani a quattro dita, come nei personaggi Disney. Utilizzo sistematico del ‘copia-e-incolla’, non solo per i pupazzetti. Non credo infatti che Deluxe Paint avesse una gestione sufficiente dei testi: l’alfabeto maiuscolo l’avevo fatto su una schermata che poi componevo appunto con ‘copia-e-incolla’. Le dodici diapositive che mi ritrovo qui le ho fatte scansionare a 3600 dpi, il che mi sembra indispensabile perché permette di intravedere la bassa risoluzione originale. Il titolo nella prima diapostiva (sicurezza sul lavoro) è quello di uno dei capitoli dell’audiovisivo, del quale fanno parte anche le altre immagini. E questo dovrebbe essere tutto.

Aggiungo solo, per come si dice quadrare il cerchio, che nell’intervento al convegno *Urbano Visuale* di Ravenna del febbraio 1987, quando avevo presentato i miei disegni al computer, avevo parlato anche del mio periodo a Capo Verde, con una bella serie di foto del Marzio Marzot menzionato sopra e con l’accompagnamento di una ‘struggente*morna*’, che senz’altro avevano appassionato i presenti ben più dei pupazzetti.

Buone cose,

G.L.

Alessandro Jumbo Manfredini

progettista grafico
▶ Venezia
04.03.2019

P. Al telefono mi hai accennato della tua natura poliedrica, da musicista a graphic designer, quindi è nata prima la passione per la musica o quella per la grafica?

M. In me c'è sempre stato un connubio tra musica e grafica. Il ritmo che metti nell'immagini è uguale a quello che serve per fare musica e per me è sempre stato naturale nel lavoro incrociare questi due mondi.
Negli anni Ottanta mi interessava portare avanti la sperimentazione musicale pop tanto quanto quella grafica. Ho persino preso parte a un'edizione del Festivalbar con il gruppo Ciao Fellini del 1988. Quando ideai il gruppo scrissi a Federico Fellini spiegai bene il progetto e le motivazioni per cui volevo adottare nel nome della band il suo cognome e lui mi rispose sempre attraverso un lettera, consentendomi di utilizzare il suo cognome. Nello frattempo fondai un centro sociale associato al circuito del Circolo Arci insieme ad altri, si chiamava il Graffio, esperienza durata sei anni dal 1984 al 1990, periodo in cui successero cose incredibili, mi occupai ovviamente della grafica e dell'allestimento, rinnovando il concetto di club. Successivamente ho anche fatto il dj al Link project di Bologna. Dopo l'esperienza con il gruppo Ciao Fellini presi parte a un altro progetto musicale il Quartetto Prampolini, ideato da un allestimento sul futurismo che avevo progettato, mi riconoscevo nello stile, nell'estetica del movimento artistico, infatti se guardi le nostre foto riconosci nei nostri costumi proprio il futurismo. Questa mia estrosità fu notata della rivista fiorentino *Westuff* e la redazione, tra cui anche Maria Luisa Frisa, ci invitarono a fare una performance a Firenze. Poi ho anche lavorato un po' per il Pitti Trend e da lì la mia conoscenza con lei si è solidificata. Oramai ci conosciamo da quarant'anni e adesso l'ho coinvolta nella mostra sugli anni Ottanta che sto curando in collaborazione con il Mambo di Bologna nel Padiglione l'Esprit Nouveau, spazio un po' complesso, dove non mi è possibile attaccare nulla sulle pareti. La mostra si intitola *Dilettanti geniali*, dedicata alle sperimentazioni artistiche d'avanguardia degli anni Ottanta. Esporremo Sara Linoci, Pier Vittorio Tondelli, le fotografie di Luigi Ghirri ai CCCP, il Bolidismo emiliano, eccetera. In quegli anni sono entrato in contatto anche con i responsabili del progetto Valvolina, sai, una volta il mondo della grafica era più vivace e meno sterile, adesso si è perso l'atmosfera e il valore di network che allora si era creato.
Ritengo che l'ambiente emiliano-romagnolo fosse interamente collegato sia dal punto di vista del linguaggio sperimentale, ma soprattutto da un legame geografico con la via Emilia. Da adolescente la percorrevo prima in bici, poi in treno. Per me andare a Bologna era normale e lasciarmi permeare dagli influssi culturali della città. Ora siamo pigri perché è tutto vicino. È importante lavorare live, c'era tutta una rete soprattutto nell'ambiente punk che collegava Bologna a Pordenone e viceversa e alimentava la mia curiosità, che è il fondamento della nostra vita. Agli inizi degli anni Ottanta sono stato contattato da Mario Convertino che mi chiese di lavorare per lui, ma io rifiutai perché preferivo costruire qualcosa a Modena.
Tra l'altro la città di Modena ha una lunga tradizione grafica. I commercial carosello venivano a Modena, erano prodotti dalla famosa Paul Film di Paolo Campani. Ho avuto l'opportunità di conoscere diverse persone, anche grazie a queste realtà legate al mondo della comunicazione come la società di figurine Panini oppure l'ambiente del fumetto, come Lupo Alberto. In una realtà così piccola come Modena ci sono circa cinquanta studi di grafica ed è pazzesco, e poi c'è la realtà così importante e grande come Sartoria comunicazione.
Non mi piaceva l'idea di costruire qualcosa a Milano, perché volevo riuscire a costruire qualcosa nel territorio e poi a Milano guardavano con questo modo sprezzante tutto ciò che succedeva e succede all'esterno dell'hinterland milanese. Pensa che una volta un cliente sapendo che ero a Modena mi disse: «Ma devo venire in campagna?» L'egemonia milanese nel mondo della grafica si era un po' persa alla fine degli anni Settanta grazie a politiche amministrative differenti che investono in un altro tipo di grafica. Questo fenomeno è stato molto interessante, perché a Milano continuavano a reinterpretare in chiave contemporanea un linguaggio legato alla tradizione, contrariamente nei piccoli centri invece succedeva di tutto e di più, c'era più sperimentazione.
Nel 1994 insieme alla casa editrice Happy Books ho fondato la rivista *Climax* dedicata ai primi grafici italiani che lavoravano con il digitale, ricordo che inviai una copia a Mario Piazza, credo che allora fosse già presidente dell'Aiap e cosa la giudicò come qualcosa che non era 'grafica, ma carta da parati'.
Lo scenario italiano di quel periodo era stagnante, non c'è stato alcun dibattito sulla grafica digitale. noi giovani lo vedevamo come uno strumento per sperimentare nuove cose e la vecchia generazione invece aveva un atteggiamento conservatore. Secondo me, molti non si resero conto di quanto stesse cambiando il nostro ambiente. Per fortuna per realizzare *Climax* mi attorniai di gente in gamba, come Fabrizio Schiavi, e creai un di persone che ha aiutati a realizzare questa rivista. Con lui progettai anche un libro del 1994 dedicato al mondo dell'identità delle discoteche nazionali e internazionali. In quegli anni li la comunicazione delle discoteche è stata importante per la diffusione di certi linguaggi. Era un mondo variegato ed eterogeneo che forniva interpretazione nuove, ricordo che ci misi un anno a realizzarlo, perché raccolsi le testimonianze da tutta l'Europa. Difatti il volume ha tre introduzioni: quella di Carlo Branzaglia, quella di Oliviero Toscani e dell'antropologo Iain Chambers.
A 57 anni ho ancora una grande passione per le cose, ma a volte mi mancano energie, le forze, sembra un orgasmo che non finisce mai. Il bello è un punto di vista diverso delle cose. Il dotto può capire tanti particolari. La grafica è bella e brutta, va a secondo di come vai tu. Amo molto David Carson, ma lui non si è evoluto. Se non cogli quello che c'è stato prima di te non puoi elaborare i tuoi progetti.

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciata al mondo della grafica.

M. Ho frequentato l'Istituto d'arte a Modena, nel frattempo tra il quarto e il quinto anno ho cominciato lavorare come ragazzo di bottega negli studi locali per capire meglio i meccanismi della comunicazione per la pubblicità e d'estate andavo in serigrafia per apprendere le tecniche di stampa.
Questa mia passione per il mondo della comunicazione ha inizio quando avevo sei anni, quando con la scuola andammo a visitare la Paul Film e fu davvero un'esperienza scioccante. Mi trovavo nella fabbrica dei personaggi iconici dal pirata della Fabbri, al gigante della Ferrero fino a Carmencita. Vedere di persona tutti quei set 4x4 che muovevano a passo 1 mi fece venir voglia di realizzare il giornalino della scuola e a sette anni entrai a far parte della redazione della scuola elementare.
Poi durante gli anni dell'adolescenza iniziai ad appassionarmi al punk e divoravo tutti i giornali inglesi che pubblicavano, così organizzai il mio primo viaggio a Londra nel 1977. Una volta lì capii che l'energia stavo catturando potevo metterla sulla carta e così iniziai a progettare. Il primo poster che ho progettato è stato per i corsi di ceramica della città di Modena. Ho continuato a lavoricchiare fino al 1981, dopo sono partito per il militare e tra il 1983 e il 1984 ho dato vita all'esperienza del club il Graffio, realtà d'intrattenimento che aveva attirato l'attenzione degli imprenditori di Carpi del settore dell'abbigliamento. Da quel momento ho incominciato ad applicare grafica all'abbigliamento, facendo esperienze trasversali come progettare il logo del brand Guru. Così ho iniziato a lavorare per Franco Magnanini seguendo nello specifico

l'azienda di filati Be.Mi.Va di Prato che aveva incominciato a lavorare per marchio Versace. Mi occupavo non solo dell'identità, ma anche degli allestimenti degli spazi. Uno dei miei principali ispiratori è stato Erberto Carboni che era riuscito a unire il fascino della grafica bidimensionale alla tridimensionalità degli allestimenti. Lui è stato sicuramente uno dei miei punti fermi nella mia formazione. Poi tutto questo lavoro di cui ti sto parlando si svolgeva e si produceva in analogico. Difatti comprai una fotocopiatrice a colori da tanti soldi. Quello dell'utilizzo della fotocopiatrice è stato un fenomeno italiano che è durato per diverso tempo, anche gli inglesi avevano lo stesso interesse, ma avendo altri budget sono passati prima al personal computer.
In ogni modo nel periodo premilitare ho iniziato a lavorare con il Comune di Modena, nell'ufficio grafico affiancando il duo Filippo Partesotti e Elisabetta Ognibene nel progetto della rivista *Autobus*, sotto l'art direction di Massimo Dolcini, il maggior esponente della grafica di Pubblica Utilità. In quegli spazi ha iniziato a prendere vita quello che sarebbe stato successivamente il Kennedy's studios assieme a Oscar Goldoni. Uno studio più interessato allo scenario italiano, dove gestivamo la comunicazione per un'agenzia di spettacoli, tralasciando del tutto l'ambito dell'advertising. In quel periodo abbiamo progettato i primi manifesti che da lì in poi avrebbero tappezzato buona parte di Modena. Filippo di formazione era architetto, Betta aveva iniziato a lavorare come grafica per la FGCI e oggi progetta l'identità per l'associazione Libera e quella di un comune siciliano. All'epoca lavoravamo spesso con la politica, gestendo una serie di eventi e iniziative che spaziavano dalla musica ai linguaggi artistici, alle sfilate di moda di giovani creativi. Assieme al PC e alla FGCI ricordo anche che abbiamo realizzato il primo rap show dove ci sono varie situazioni, performance, live painting con Andrea Pazienza e Gigi D'agostino come dj, incredibile.

P. In che anno hai utilizzato per la prima volta il computer?

M. Nel 1990 quando sono diventato il socio di Fabio Bignardi che aveva già il computer e dopo ne abbiamo preso un altro. Il primo lavoro digitale è stato la copertina del mio ultimo cd intitolato *Dalì*. All'inizio ho incominciato a lavorare al computer con grande fatica e poi mano a mano mi è presa la curiosità di unire la manualità con il digitale. Direi che dal 1993 in poi ho preso coscienza dell'uso di FreeHand, utilizzandolo in modo punk, allora quel software mi ha aperto mondi sconosciuti. Nel libro *La grafica italiana* di Giorgio Fioravanti e Silvia Sfligiotti sono stato inserito tra i progettisti dei primi anni Novanta con il progetto che realizzai per il club Vox con uno dei miei primi manifesti in cui compare il pugno chiuso su un fondo argento, con tanto di barcode. Mi ricordo ancora la fatica di realizzarlo con il computer, passai dalla grafica tridimensionalità al quella bidimensionale. Lavorare con lo schermo diventava sempre più complesso, per fare la copertina del cd non dormivo delle notti intere, soprattutto per elaborare la foto.
In quegli anni lavoravo molto con le trasparenze, soprattutto nel mercato della moda, avevo un approccio differente dal mio socio diverso. Il mio era più femminile, perché capivo il linguaggio dell'abbigliamento, fondi colorati, poi mescolo questo e quell'elemento. Il primo modello di computer usato è stato il *Macintosh Classic*.
Nel 1996 go tentato di organizzare e curare una mostra sulla grafica digitale per descrivere la scena italiana di quegli anni, però non andò in porto perché non riuscimmo a trovare gli sponsor, mancavano i soldi e così presi contatto con Apple Italia. Questo primo contatto fu utile quando organizzai la mostra *Climax vs Apple* durante l'edizione del 1997 della rassegna riminese *NightWave*.
In quegli anni ho avuto modo di conoscere Fabrizio Schiavi, vedendo i suo modo di progettare mi era venuta voglia di fare qualcosa con lui. Ritengo che Fabrizio sia il miglior grafico in Italia. Lui è un mix di creatività, sensibilità, spontaneità e autenticità, tutte qualità disarmanti. Lui davvero è un genio, i suoi primi font sono pazzeschi. Lui era stato coinvolto nell'organizzazione della mostra che avrei voluto organizzare a Modena nello spazio al Foro boario, una stanza lunga doveavrei voluto allestire la mostra.
Dal 1994 circa ho avviato la collaborazione con la casa editrice modenese Happy Books. Di lì a poco sono stato invitato da Apple a Parigi per andare a conoscere di persona Steve Jobs.
Un'altra figura per me importante in quegli anni è stato Giorgio Camuffo che è stato il primo a portare gli statunitensi in Italia nel 1987. Ho conosciuto Giorgio frequentando i workshop di Fabrica a Treviso, poi è nato un sodalizio consolidatosi col tempo. Difatti sono stato ospitato a diverse mostre a Venezia sulla grafica italiana, ricordo di aver partecipato a questo evento organizzato metà a Mestre e metà a Palazzo Fortuny a Venezia. A Palazzo furono esposti i progettisti stranieri e a Mestre gli italiani. La mia performance consisteva nella realizzazione di una stanza nera con un pugno nero preso dalla cover dell'album Tom Robinson band affiancandolo a un disco dei Beaty Boys e a una sling wing in cui venivano appese tre persone cione del mondo gay, insomma tre oggetti non miei.

P. Cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel campo del progetto grafico? Cos'è cambiato nel passaggio dall'analogico al digitale?

M. Mi sono fatto affascinare dagli effetti, dalle linee, non uso la penna ma il mouse. Ha significato esplorare e realizzare tutto quello che non potevo fare con la fotocopiatrice. Un linguaggio grafico che poteva darmi di più. L'atto di sovrapporre le forme e assistere a ciò che può avvenire, e cogliere in quel determinato momento ciò che mi interessava, poi unire quel segno a qualcos'altro, eccetera. Poi si poteva togliere facilmente e lavorare per detrazione, caricare e poi togliere. Nel processo di ideazione e realizzazione digitale notavo che c'era sempre una prima parte in cui c'è tanto, diversi livelli di segni, di costruzione e di significati.

P. Prima mi accennavi all'impiego della fotocopiatrice nel panorama italiano, cosa ha significato per te l'impiego dell'immagine fotostatica?

M. Sicuramente mi ha tolto dall'imbarazzo di disegnare sempre. Io compravo molti giornali, catturavo le immagini spesso in maniera piratesca, il copyright all'epoca era qualcosa di pazzesco. Mi ha sicuramente aiutato in questo senso, ovvero di prendere le foto dilatarla, per poi manipolarla e aggiungerci la grafica. Utilizzavo anche il fax nel processo, riutilizzando persino l'immagine fotocopiata e dando vita a un'ulteriore nuove immagine. Avevo anche la reprocamera, ma era più non so come dirti. Poi ho detto wow! Finalmente il computer era arrivato per mettere in ordine il mio caotico immaginario. Il computer era all'inizio e lo è ancora un luogo meraviglioso dove poter sperimentare quello che avevo dentro e sicuramente fare le cose più semplificate. Io avevo urgenze di immaginare le cose in maniera diversa. Poi negli anni Novanta mi è venuto in mente di ideare una rivista sperimentale per far vedere cosa si poteva fare con il computer, dimostrare le infinite possibilità.

P. Qual era il panorama della grafica italiana quando hai incominciato a lavorare nell'ambito del graphic design?

M. Il mio scenario era molto bello, quello che era fuori dal mio diciamo che mi sembrava sempre qualcosa di interessante, ma non era quello che cercavo. Io cercavo qualcosa di più vitale. Con Kennedy's studios ho avuto la possibilità di trovare quest'atmosfera frizzante sperimentando e cimentandomi nello specifico con i manifestati dei concerti. Spesso nello studio utilizzavano me come modello/soggetto delle fotografie, che poi io elaboravo come disegno perché mi divertiva questa operazione. Lo faccio tuttora anche col computer, incomincio a lavorare su una forma e poi mi sposto su altro. Anche con la rivista *Autobus* utilizzavo lo stesso procedimento.

P. Hai mai progettato caratteri o disegnato lettering?

M. È un ambito che mi ha sempre affascinato, ma siccome non sono un grande esperto di tipografia la uso in maniera elementare. Ho sempre preferito che fossero quelli più bravi di me ad occuparsi della tipografia.

P. I progettisti grafici italiani operativi negli anni Ottanta e Novanta erano consapevoli di ciò che stava accadendo all'estero in quel preciso momento?

M. Pochissimo, perché la realtà progettuale italiana era situata soprattutto a Milano o comunque nel Nord Italia e c'era pochissima propensione a uscire dal recinto. Tra l'altro esisteva un sottile filo rosso che univa la via Emilia da Milano a Bologna, mentalmente quindi eravamo in comunicazione con Milano, una sorta di cavo enorme dove transitavano idee e informazioni. Ad esempio, io compravo molte riviste straniere, ho i primi numeri di *i.D* e *The Face*. Mi ricordo anche che con Fabrizio Schiavi partecipammo a Berlino alla show convention della rivista *Fuse* e conoscemmo Neville Brody che si inchinò davanti a Fabrizio, credo che fosse l'edizione del 1995. Andammo a Berlino perché decidemmo con la casa editrice Happy Books di prendere in licenza tutti i font di FontShop, dato il collegamento diretto con Erik Spikerman perciò eravamo

sempre invitati alle convention di *Fuse*.

P. Da che cos'è nata l'idea di istituire la rivista sperimentale *Climax*?

M. A un certo punto mi sono accorto che mancava uno spazio o qualcosa che indagasse e parlasse del linguaggio digitale che si stava diffondendo. Parallelamente con Fabrizio e Alessio Leonardi abbiamo anche ideato la fonderia digitale Fontology, una sorta di nuova chiesa della tipografia. Era un progetto molto divertente, dove non ci prendevamo mai sul serio. Non penso ci sia stato l'aspetto accademico nei progetti portati avanti con la casa editrice, perché ho sempre preferito un'operatività più fluida. Difatti abbiamo realizzato quattro numeri, i primi due stampati in bicromia per scelta, perché ci piaceva l'idea di realizzare una fanzine a rappresentare due mondi opposti che si univano in uno solo. Dal punto di vista dei contributi avevamo deciso delle tematiche sulle quali lavoravano i progettisti ospitati. L'ultimo numero fu sponsorizzato dalla Casio ed è l'unico numero a colori.

P. Come venivano scelti i progettisti grafici da invitare nei diversi numeri?

M. la nostra rubrica dei contatti era divisa tra le informazioni raccolte da Fabio Caleffi, editore di Happy Books, perché lui inizialmente vendeva 'porta a porta' girando tutti gli studi grafici italiani e le mie relazioni lavorative e non, tra cui diversi amici, come Giorgio Cantadori, che aveva avuto esperienze con Fiorucci. La provincia genera delle distorsioni, perché la gente si appassiona alla professione e ha dei contatti che non sono main stream e diventano un po' il bagaglio culturale per chi ha voglia di fare i progetti interessanti e collaborazioni varie. Tramite *Climax* ho conosciuto Nico Mondonico che ha fondato Energy studio. Molti dei miei contatti sono nati anche nell'ambito musicale, come me pure Cantadori è un musicista, fa musica progressiva elettronica – Paz si chiama il gruppo – . Quindi tutti erano legati al mondo della musica in qualche modo.

P. Quali sono state le ragioni che hanno portato alla chiusura del progetto editoriale *Climax*?

M. Credo che sia successa la stessa cosa accaduta con il gruppo Ciao Fellini. I progetti hanno una vita e a un certo punto devono morire. Sono legati ad un periodo più o meno lungo, spesso definito dal mercato, dalle relazioni e dalle loro esigenze. Se avessimo continuato, comunque in qualche modo il progetto sarebbe decaduto. Poi inoltre non aveva senso continuare, sarebbe diventato un progetto diverso. In me esiste un minimo di nichilismo che mi porta a non tirare per le lunghe alcuni progetti.

P. Quale ruolo ha ricoperto la casa Happy Books nella vicenda della rivista *Climax*?

M. Soprattutto finanziaria. C'era Dina Cucchiaro che faceva da collante per tutti noi, la prima donna dj punk al Vox di Vignola, quindi anche in questo caso tutto è collegato al mondo musicale. Il fondatore di Happy Books è stato Fabio Caleffi. Ora è una realtà defunta, ricordo che c'era anche un socio operativo, ma molto meno presente. Noi siamo stati i primi a portare in Italia la casa editrice tedesca Gestalten, andavamo sempre a Francoforte alla Fiera del libro per cercare nuovi libri e nuove realtà editoriali sul graphic design. L'idea mi è venuta dopo essere stato a Berlino e comprando un libro, mi sono detto che potevamo avviare anche noi a Modena la produzione e la commercializzazione dei volumi di settore in Italia.

P. Secondo te, quali sono stati gli altri progetti italiani che meglio identificavano la realtà digitale in Italia?

M. Per me Sartoria comunicazione, agenzia che lavorava nel 1997 sia con Mandarina Duck sia con Nike Italia. Loro hanno lanciato come studio il progetto *Search for art*, concorso per giovani artisti promosso da Mandarina Duck, progetto curato dalla moglie di Massimo Bottura. Poi c'erano sicuramente le identità delle discoteche della riviera romagnola, esprimevano al meglio i linguaggi digitali, perché erano libere dai vincoli della committenza. Inserirei anche i libri progettati per Happy Books. Quando ho incominciato a lavorare per Sartoria studio c'era Francesco Forti, uno dei fondatori e speaker del gruppo Sangue Misto, in arte DeeMo.

P. Nel 1997 hai curato e organizzato la mostra *Climax vs Apple* com'è nata questa idea?

M. La mostra era legata gli eventi collaterali della fiera *NightWave* organizzata a Rimini. Tutto era nato perché avevo preso contatti con il personaggio del mondo Apple, Ottorino Baseggio, andai a Monza e gli chiedi di fare da sponsor per la mostra che avrei voluto organizzare a Modena. La prima sede Apple Italia è sorta a Reggio Emilia anche per questa ragione la grafica sperimentale digitale nasce in Emilia Romagna. Nel museo di Reggio Emilia è conservata una foto di Steve Jobs con la bandiera italiana scattata nella città emiliana.
Visto che non andò in porto la mostra a Modena, ebbi la possibilità di organizzarne una ridotta proprio durante la rassegna *NightWave*. La mostra doveva celebrare i vent'anni di Apple e da lì ho individuato venti progettisti grafici, molti dei quali scelti tra coloro che hanno collaborato con la rivista *Climax*. Per l'allestimento avevamo ideato dei pannelli orizzontali di 3*1 m, curandola in ogni minimo dettaglio assieme a Ottorino Baseggio, siamo stati noi i fautori di quell'iniziativa. Non ricordo molto altro di quella mostra, mi spiace.

▶ **Modena**
28.02.2020

P. Grazie per avermi dato l'opportunità di incontrarti di nuovo e approfondire alcune questioni rimaste in sospeso dal nostro primo incontro. Nella nostra ultima conversazione mi hai accennato a Ottorino Baseggio come riferimento per ricostruire gli avvenimenti della diffusione dell'Apple in Italia, ma non sono riuscita a rintracciare la sua figura. Che ruolo ha avuto negli anni Ottanta e Novanta?

M. Adesso non ricordo bene il suo ruolo, ma lui è stato tra i commerciali di Apple Italia, occupandosi soprattutto di promozione ed eventi. Lui è una persona simpaticissima. Mi ricordo la prima volta che l'ho conosciuto, quando mi recai dai lui nella sede Apple Italia a Monza, erano i primi anni Novanta e siamo andati subito d'accordo. Ero andato da lui perché avevo intenzione di organizzare un evento e mi serviva la loro sponsorizzazione. L'aspetto pazzesco è che l'azienda Apple già negli anni Novanta riteneva che le loro macchine non dovessero essere solo disponibili per i professionisti, ma anche per un pubblico più ampio. Ricordo ancora che guardandomi mi disse che la missione dell'azienda era quella di lavorare non solo con noi grafici, ma con la gente comune. Chi lavora in Apple Italia era un visionario e lui lo era. Mi convinse perfino a tenere delle lezioni a degli altri grafici durante la rassegna fieristica Grafitalia sulla stampa, tenendo dei corsi su FreeHand.

P. Perché, secondo te, negli anni Novanta Modena è stato un centro, un fulcro della grafica sperimentale e innovativa? Da cosa è dipeso tutto questo fermento progettuale?

M. A Modena c'era una tradizione nell'ambito della cultura visiva. C'era la Paul Film dove c'erano persone creative della caratura Secondo Bignardi, uno dei tanti disegnatori e animatori che lavorava alla Paul Film. Poi negli anni Ottanta viene ideato Kennedy's Studios, uno dei primi studi di comunicazione, costituito da Oscar Goldoni, allora direttore della Galleria civica di Modena, colui che ha portato per primo in Italia, artisti internazionali all'avanguardia. Con lui c'erano due grafici importanti Elisabetta Ognibene e Filippo Partesotti, lui è stato il mio mentore. Oltre alla realtà progettuale c'era anche la Galleria Mazzoli, centro propulsore artistico abbastanza avanti nell'avanguardia per quegli anni, che ha ospitato nel suo atelier Basquiat e l'unica mostra fatta in Italia nel 1981 a Modena. La città all'epoca aveva una duplice anima, una grande creatività contrapposta a una mentalità conservatrice. Dalla fine degli anni Settanta la città era stata attraversata da una serie di iniziative culturali che avevano promosso l'arte, la musica underground, la fotografia, grazie anche alle iniziative di partito. In questo panorama si inseriva il lavoro progettuale di Betta e Filippo iniziato all'interno dell'ufficio grafico del Comune, dove c'eravamo come componente giovane baldanzosa io e Andrea Barbieri, entrambi abbiamo gironzolato nello

studio Kennedy imparavano arte e i trucchi della professione da loro. Inizialmente il loro sodalizio, come ti accennavo prima, era nato dall'ufficio grafico del Comune di Modena istituito nel 1980 che aveva come art director Massimo Dolcini. Con Dolcini abbiamo progettato *Autobus*, un magazine per il Comune con una grafica ricercata, dove si incontravano sensibilità e cultura dell'immagine. Allora la politica era lungimirante. La politica ora ha cambiato strategia, ha un altro obiettivo e modo di comunicare.
Qualche anno dopo, negli anni Novanta, abbiamo ricevuto una grande commissione per incentivare il trasporto pubblico e abbiamo ideato un'icona, un gorilla con un autobus in mano, tutto realizzato con grafica vettoriale. Un'ulteriore ragione per cui Modena è stato un epicentro creativo è data dalla posizione geografica tra le province di Rovigo e Ferrara c'è una zona grigia.

P. Adesso mi piacerebbe approfondire meglio le questioni legate alla rivista *Climax*, dato che finalmente ho la possibilità di fogliarla e notare che sono stati pubblicati solo quattro numeri. Mi racconti un po' meglio della rivista. Quando è stata fondata?

M. Il numero 1 di *Climax* è stato pubblicato nel 1994, sono sicuro, perché nel 1996 realizzammo un altro evento sempre legato all'esperienza editoriale o almeno ci abbiamo provato. Chiediamo in diretta telefonica a Dina Chiucciaro, segretaria editoriale, che allora faceva la dj nella discoteca punk di Vignola. Dina ricorda che l'esperienza del periodico ebbe inzio tra il 1993 e il 1994.
Il terzo numero di *Climax* raccoglie tutti gli artwork esposti nella mostra di Rimini all'interno della rassegna NightWave, *20x20 Climax vs Apple*. In totale erano venti progetti a tema Apple e computer, esposti su dieci pannelli orizzontali alti 1,5 m con dei piccoli tabelloni (billboard) messi nello stand dove era disposto al centro il famoso 20x20 della Apple. Era il primo computer flat tutto grigio con casse laterali. Modello che non si è mai evoluto con uno schermo piccolo.

P. Quando avete cominciato l'esperienza di *Climax* chi eravate?
M. C'eravamo io, Fabrizio Schiavi, Dina e Fabio Caleffi che era l'editore. Dina teneva insieme un po' tutto e tutti. La casa editrice Happy Books era nata inizialmente con la vendita porta a porta dei libri. In quel periodo storico c'era bisogno di libri per l'indotto della moda e della grafica come la scena estera e si evolse come principale distributore dei libri più interessanti di settore. Poi la casa editrice iniziò a pubblicare libri che andavano di moda e costavano un sacco, dedicati appunto a settori di nicchia, raccolte di grafica, raccolte tematiche, eccetera. All'inizio avevano come grafico editoriale Marco Papazzoni che progettava libri brutti e tristi, quando arrivai io proposi a Caleffi di cambiare la veste grafica e di proporre temi inerenti agli anni che stavamo vivendo. Poi siccome lavoravo molto nel mondo delle discoteche agli inizi anni Novanta, gli avevo proposto di realizzare una serie di libri sugli allestimenti, sulla grafica, in generale sulla *club culture*. Così era venuta prima l'idea di realizzare il volume sui flyer delle discoteche che ha avuto un notevole successo e mi era venuta l'idea di chiedere a Iain Chambers di scrivere l'introduzione, dato che aveva una bella visione antropologica del mondo, al di fuori del mondo accademico. Con tanta sorpresa aveva accettato. Inoltre per dare un tono di solennità al volume avevo provato a chiederlo anche a Oliviero Toscani, ma ovviamente si era rifiutato. L'avevo conosciuto a Fabrica durante un workshop, poi con la Benetton avevo collaborato alla progettazione della rivista *Sport and street* del gruppo Zanfi, lavorando in parte nell'archivio aziendale assieme ad alcuni suoi fotografi.
Ritornando al libro, assieme ai due grafici Paola e Loris Castagnetti avevo portato avanti il primo libro per Happy Books. In questo caso ho portato avanti un lavoro di art direction e raccolta di materiale e da lì mi è balenata l'idea del magazine *Climax*. Anche perché più mi guardavo in giro e più notavo che esistevano progettisti con approcci e linguaggi contemporanei e diversi dalla tradizione. Quindi mi sono chiesto perché non si provava a raccoglie tutte queste esperienze italiane in una pubblicazione periodica. Inoltre come Happy Books gestivamo grazie a Fabrizio Schiavi la distribuzione della fonderia FontShop, attraverso le relazioni con Erik Spikermann. Quest'ultimo l'abbiamo conosciuto durante la rassegna *Fuse* a Berlino nel 1995, durante quella trasferta abbiamo deciso di portare avanti la mia idea concretamente. L'esperienza berlinese ovviamente è stata bellissima e conobbi finalmente Neville Brody. Ricordo persino Fabrizio che gli disse candidamente che era uno dei più grandi grafici al mondo.

P. Come vi siete conosciuti con Fabrizio Schiavi?

M. Un personaggio che ci ha fatto conoscere è stato Davide Galli, io andai a Piacenza nel suo studio Il borgo della comunicazione proprio per incontrare Fabrizio, che lavorava lì. Notai subito la sua bravura e glielo dissi. Ma non ricordo come sono arrivato a Galli, forse tramite Happy Books che portava i libri nel suo studio. Nella zona emiliana c'erano diverse agenzie di comunicazione, a Parma c'era le esperienze Energy project di Nico Mondonico. A Parma c'era Fiorucci, difatti tutta la grafica mainstream è nata a Parma. Un altro progettista che potrebbe darti una mano è Giorgio Cantadori, insieme abbiamo diversi libri sulle culture pop. Cantadori ha esperienze nel campo della musica più radicali.
Sempre a Parma ci sono Augusto Vignali e Flavio Kampah, quest'ultimo ha avuto un'esperienza negli Stati Uniti realizzando spot pubblicitari e le sigle dei filmati Venice beach. Molto esplosivo ed egocentrico. È stato uno dei primi ad usare il computer.

P. Prima mi accennavi che nel 1996 avevi ideato un'iniziativa che non è poi andata in porto. Di che cosa si trattava? Come nasce la sia idea?

M. Sì, nel 1996 mi era venuto in mente di ideare questa mostra *Climax 96 The digital wave*, una convention dove ci sarebbe dovuto essere tutti il gota della grafica contemporanea italiana e internazionale e sulla falsariga di *Fuse*, mi ero immaginato una mostra, delle talk, dei banchetti dove comprare libri e riviste di grafica, degli eventi collaterali. La collaborazione con Schiavi non ricordo com'era cominciata, sapevo che era molto bravo e mi era venuta voglia di lavorarci assieme. Per me è sempre stato importante collaborare. Ognuno ha la peculiarità nella professione, Fabrizio era ed è un bravissimo type designer. Un altro bravo a Modena che si è rilassato, sempre nell'ambito del disegno dei caratteri è Claudio Piccinini, lavora attraverso Doc studio.
Scusa, ma ogni tanto divago. Ritorno alla mostra, tornando dall'esperienza berlinese avevo esposto l'idea della mostra, la prima in Italia dedicata alla grafica digitale, a Fabrizio e Fabio, che avevano accettato. Iniziamo a muoverci per trovare gli spazi, le persone da coinvolgere. Il Comune di Modena ci metteva a disposizione il foro boario, spazio dedicato per anni alla Fondazione della fotografia. L'unico problema che avevamo era la ricerca degli sponsor, difatti non riuscimmo a portarla a termine perché nessuno ci sostenette. Avevo già coinvolto diversi grafici tra cui uno di Montebelluna che lavorava per Diesel e che era andato in Australia diventando art director di un magazine. Mandammo ai grandi grafici il progetto dell'iniziativa, però appunto a conti fatti non fu possibile soprattutto senza soldi, perciò ripiegammo sulla manifestazione NightWave del 1996/97 chiedendo la sponsorizzazione alla Apple. Dunque siamo riusciti a realizzare la prima mostra di grafica digitale in Italia. Ci sono stati anche una serie di workshop e mostre organizzate da Giorgio Camuffo, ma credo che correva già il Duemila.

P. Perché l'esperienza della rivista Climax è conclusa con il numero 4?

M. Perché certi progetti hanno i tempi, hanno delle missioni da compiere. Per me quando hai messo una pietra lì dove volevi poi ti devi fermare. A livello commerciale purtroppo non si vendeva molto, nonostante alla Frankfurter Buchmesse avessimo preso accordi con la casa editrice Gestalten, a cui proponemmo di distribuire sia la rivista sia i libri di Happy Books, dato che quest'ultima era stata la prima a portare i suoi libri in Italia. Inoltre la Gestalten aveva dedicato un libro alla scena tecno-rave berlinese. Quindi all'inizio le due case editrici hanno collaborato vendendo i libri reciprocamente, poi però loro hanno virato su altre tematiche più radical chic.
L'esperienza di *Climax* finì perché doveva essere un progetto temporale. L'ultimo numero era sponsorizzato dalla Casio. Alla breve esperienza della rivista hanno partecipato diversi grafici che hanno iniziato a lavorare con la modalità analogica e poi sono passati al digitale con molta curiosità, per me è gente che han fatto la storia, tra cui Gianluca Bernardini e Antonio Mastrorocco. Comunque assieme abbiamo deciso che fosse un'esperienza che doveva finire. Non c'era un progetto di marketing, non avevamo pianificato nulla di questo progetto nato più dall'istinto che dalla razionalità. Dopo aver chiuso questa esperienza con Cantadori abbiamo fatti altri libri, anche se Happy Books non se la passava bene economicamente, vendeva poco. Infatti non pubblica più.

P. Qual è stato il criterio per scegliere i progettisti grafici da pubblicare nella rivista?

M. L'unico criterio era che doveva essere grafica digitale. Ogni numero sviluppava uno specifico tema. Non c'erano vincoli da parte nostra, questo è quanto. Tutti i numeri erano stati stampati in bicromia, tranne l'ultimo che è a colori, perché sponsorizzato dalla Casio. La maggior parte dei progettisti che presero parte a *Climax* faceva parte del network di Happy Books, tranne qualche eccezione, tipo Alessandra Morcella che avevo conosciuto al

Cocoricò quando stavo progettando il volume *Tribe scribes*.
A mio avviso il merito della casa editrice Happy Books è stato quello di monitorare in modo capillare la scena grafica italiana del centro nord. Ricordo che quando curavo l'identità del club modenese Il graffio i piemontesi erano forti i piemontesi nell' ambito della musica underground, invece in Emilia Romagna si lavorava nel settore musicale in più direzioni dall'entertainment alle festa unità si curava non solo l'identità, ma anche gli allestimenti, eccetera. C'era evidentemente una maggiore libertà creativa e questa è una delle ragioni per cui la grafica digitale si diffonde più rapidamente qui.

P. Conclusasi l'esperienza di *Climax* quali altri progetti sulla grafica digitale hai portato avanti?

M. Dopo quell'esperienza ho lavorato soprattutto con tutto il music business, anche grazie alla mia esperienza pregressa come musicista e dj. Ho seguito nello specifico le cover delle etichette discografice Warner Bros Italia e CGD. Inizialmente progettai l'album degli Estra poi mi sono occupato della copertina di Laura Pausini e da lì ho iniziato a guadagnare un sacco. Anche in quest'ultimo caso ho portato un pizzico di modernità, ricordo di questa copertina del 1997-98 che doveva essere fotografata da Fabrizio Ferri e io dovevo occuparmi solo di una minima parte del visual. Così decisi di utilizzare una font per svecchiare un po' l'aspetto, soprattutto del booklet interno del cd. Dopo ho iniziato a lavorare con l'etichetta Sony, tra i tanti album progettati c'erano quelli de I Nomadi, Irene Grandi, Umberto Tozzi e I Pooh. A Sanremo portarono anche la copertina dell'album di Francesco Baccini. Ho lavorato molto tempo in quel settore, poi mi sono spostato nel mondo dell'abbigliamento, lavorando per l'indotto della calzatura a Montebelluna, ho progettato il restyling del brand Rossignol. Per questo brand che lavora nel settore sportivo dovevo seguire il progetto dei pattini in linea e coinvolsi Fabrizio Schiavi. All'epoca realizzammo la costumizzazione del pattino, riprogettammo il marchio del galletto, proponendogli una specie di 'beep beep' dal mondo dei cartoni animati. Ma il progetto non andò in porto per l'intromissione delle quote francesi che condizionavano all'epoca il mercato trevigiano. Così mi spostarono a lavorare con il fratello della Deborah Compagnoni per fare il restyling del logo del brand Langhe scarponi da sci. Poi sono ritornato a Modena dove lavoravo principalmente con Nike Italia e Mandarina Duck, dove ho collaborato con la moglie Massimo Bottura.
Monica, hai mai visto la rivista *Cube*? Questo progetto potrebbe interessarti per la ricerca. È stato ideato nei primi anni Novanta come house organ dello studio de Mitri & Di Gioia, successivamente diventato Sartoria Comunicazione. All'inizio era un progetto autoprodotto di sponsorizzazione di brand dello *street wear*, poi si è trasformato in un magazine, sponsorizzato dalle aziende Nose e Fornarina. Quando veniva stampato, si distribuiva a vari influencer e operatori della *street culture*. Giorgio de Mitri usava gli artisti per realizzare alcuni lavori e li teneva tutti legati a sè attraverso i progetti editoriali. Poi il progetto si è evoluto in un libro d'artista, dedicandoli a diverse figure e professionalità. Questo che ti mostro è dedicato all'artista Phil Frost. Poi c'è una featuring con DeeMo (Nicola Peressoni) che ha fatto parte del collettivo hip hop Sangue misto, adesso ha realizzato un film sulla scena hip hop italiana.

Graziano Mannu

progettista grafico dello studio Loew Associati
▶ via Skype
21.05.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

M. Ho frequentato il Liceo scientifico sperimentale in Sardegna, anche se sono nato in Lombardia e mi sono trasferito in isola all'età di quattro anni e mezzo. Al Liceo ho avuto la possibilità di studiare storia dell'arte e disegno al vero, oltre che disegno tecnico e quello architettonico. Avrei potuto iscrivermi al Politecnico di Milano date le conoscenze acquisite e invece sono finito al Dams di Bologna ed è lì che ho ripreso a fare quello che poi è diventato il mio lavoro, appunto il grafico. La formazione sui software l'ho ricevuta brevemente durante gli anni del Liceo, anche se per la maggior parte è stata un'esperienza da autodidatta come per molti in quegli anni, ma sicuramente la formazione artistica mi ha aiutato a fare il progettista, tanto quanto quella di Remo Boscariol, che ho conosciuto al Link project di Bologna. Poco dopo essere entrati negli spazi del Link, siamo finiti nel collettivo di grafica che esisteva già nel 1995, ma siamo stati noi due a strutturare lo studio Loew Associati trasformandolo da laboratorio collettivo a una struttura societaria.

P. Gli indirizzi del Dams di Bologna sono diversi, nello specifico quale ha frequentato?

M. Ho iniziato con musicologia, la mia scelta dell'indirizzo del Dams era dettata dal fatto che suonavo, dopodiché mi sono accorto che c'erano molti esami di Scienze della comunicazione in un altro indirizzo e nel 1996 ho sostenuto questi esami, che mi sono serviti anche per il mio percorso di progettista grafico. La cosa interessante del Link project è stata la quantità enorme di eventi che organizzavano, la scena culturale era molto interessante perché, oltre ad essere aperti dal martedì alla domenica, si eseguivano dai tre ai quattro concerti a settimana, più diversi dj set, eventi teatrali, performance e quindi c'era una grande quantità di materiale di comunicazione da produrre. Dal 1996 fino al 1999 la richiesta era aumentata, in più si erano aggiunte anche le committenze esterne e gestire il quantitativo della promozione di tutti eventi verso la fine degli anni Novanta era diventato complesso. Quindi abbiamo deciso di realizzare soltanto i manifesti e flayer e di curare solo determinati eventi.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali sul graphic design italiano e internazionale?

M. Per quanto riguarda gli italiani sono stati i grandi maestri come Albe Steiner e Bob Noorda, anche se alla fine uno nasce in Svizzera e l'altro è naturalizzato a Milano. Sono legato a Steiner perché si è occupato per primo del restyling serio dell'identità della Coop. All'inizio era un logo in corsivo e lui l'aveva cambiato dandogli la forma che conosciamo noi ora. Successivamente negli anni Ottanta Noorda lo riprende attraverso dei cambiamenti minimi, non a caso lui fa parte dei modernismo olandese, condensando nel segno l'essenzialità fino a corregge il logo di Steiner senza grandi stravolgimenti. Poi lui ha progettato le identità delle case editrici italiane per me importanti, come Mondadori e Feltrinelli. Ad un certo punto proprio Mondadori mi ha affidato un progetto importante su segnalazione di Giacomo Callo, storico art director della casa editrice milanese. Il lavoro che mi era stato richiesto era la progettazione di logo animato di Mondadori nell'ambito della videografica, realizzato assieme a Lucio Polito dell'Opificio Ciclope. Abbiamo disegnato un'animazione partendo dagli elementi costituitivi del logo Mondadori senza stravolgerlo, così dopo ho chiamato Noorda e gli ho chiesto se gli andasse bene ciò che avevamo progettato e lui ci ha dato la sua approvazione. Ritornando ai maestri sicuramente io e Remo siamo stati anche influenzati dal lavoro di Enzo Mari, infatti nei primi lavori di Loew Associati c'è il richiamo alla tradizione italiana, al modernismo in particolare. Ricordo anche un'altra cosa che mi ha influenzato tanto da piccolissimo, negli anni Ottanta una videosigla della Rai, di cui non ricordo bene il canale, ma era una trasmissione per bambini, prodotta dal dipartimento per la scuola e l'educazione, che raffigurava in parte quel tipo di estetica molto pulita. La trasmissione dal punto dei contenuti era interessante, però la sigla mi piaceva. Oppure la prima sigla del TG2. Per quanto riguarda invece la cultrua straniera, sicuramente nel periodo in cui lavoravo negli spazi del Link mi interessava la rivista di David Carson, *Raygun*, e il suo libro *The End of Print*, che ci hanno influenzato tanto e dai quali predavamo spunto di tanto in tanto. Poi per i lavori del Link ci eravamo posti soprattutto come dogma il formato, ovvero tutti i manifesti, a parte alcune eccezioni, avevano un formato quadrato. Il 95% della nostra produzione è realizzata in un formato 60x60 cm dal quale recuperavamo, come spiegato ad *Abitare* a Sfligiotti, lo scarto di stampa dal formato tradizionale 70x100 cm. In seguito divenne 70x70 cm, in modo tale da essere sempre più riconoscibili pur non possedendo una style guide. Al tempo ci imponemmo anche altri limiti, tipo un minimo di style guide per come e dove scrivere l'indirizzo, le informazioni di servizio, ad esempio, l'indicazione della mail a corpo 9 o 8 al piè del manifesto. Infatti l'aspetto interessante di questa decisione era che in giro per Bologna quando si vedeva un manifesto quadrato tutti sapevano che era del Link. La composizione invece era del tutto libera da qualsiasi rigida regola, i manifesti inoltre erano caratterizzati al 95% dalla bicromia una scelta legata alla questione dei costi e anche perché, ovviamente, potevamo sperimentare di più attraverso le stampe a due colori. Per quanto riguarda la rivista – bimestrale o trimestrale non ricordo bene –, un aspetto importante era quello del riprendere il formato quadrato che nasceva sempre dall'esigenza di non sprecare lo scarto della stampa. Così infatti riuscivamo a recuperare più scarto nel foglio macchia da 70x100 cm. Per quanto riguarda la rivista, all'inizio, per la stampa ci rivolgevamo alla tipografia Negri di Bologna e Claudio Frontini che è il direttore della tipografia, ci dava gli scarti della carta dai magazzini e lì dentro poi cercavamo le cose più strane. Per esempio utilizzavamo le copertine di GSK per procurarci la carta da stampa.

P. Dal punto di vista organizzativo qual erano le caratteristiche dello studio Loew Associati?

M. Noi di Loew ci definivamo uno studio di progettazione e sperimentazione visiva, non abbiamo mai cercato di costituire un'agenzia di comunicazione. Eravamo consapevoli che per intraprendere quel tipo di strada ci volevano un'organizzazione gerarchica verticale, delle segretarie e noi non eravamo interessati a quel tipi di realtà progettuale. Avevamo un'identità più fluida e noi volevamo lavorare in maniera trasversale, più come studio di creazione, preferivamo lasciare fare quel tipo di mestiere ad altre persone.

P. Quando avete fondato con Remo Boscariol lo studio Loew Associati?

M. Nel 1996, prima esisteva sotto forma di collettivo, non era ben strutturato. Le persone che hanno collaborato con noi sono state molto importanti. Con la nostra forza creativa siamo riusciti insieme a Lucio Polito di Opificio Ciclope a creare una realtà molto più forte rispetto ai suoi esordi. Il marchio Loew è registrato principalmente a nome mio e di Remo, ma con il Link abbiamo ancora varie questioni in sospeso e per correttezza cito alcune persone. Il logo l'ha progettato Lucio, mentre il nome l'abbiamo deciso assieme. È interessante perché deriva dalla figura del rabino Judah Loew ben Bezalel, il cui nome è legato alla leggenda della creazione del golem, un essere vivente creato dall'argilla, dal fango per proteggere il ghetto ebraico di Praga dagli antisemiti e pogrom. Ci piaceva tanto questa metafora e così l'abbiamo scelto per questa ragione.

P. Saprebbe raccontarmi come è nato la realtà del Link Project di Bologna?

M. La storia del Link Project me l'hanno raccontata, sono stato un socio ma non ero tra i fondatori. È una realtà culturale che è nata dalla confluenza di diverse realtà di Bologna, alcune legate al Dams, altre a una TV Pirata, cioè Telefratello, che durò pochi mesi. Agli inizi, dopo che il Comune di Bologna distribuì gli spazi all'associazione, è persino diventato il set di un film mai trasmesso nei cinema sotto la regia di Davide Rossi. Poco dopo sono incominciati a formarsi naturalmente una serie di laboratori interni, una potenzialità e al contempo una discriminante rispetto alle altre realtà occupate della città. Tra le varie associazioni, per quanto riguarda il campo del video c'era l'Opificio Ciclope, poi c'era un laboratorio teatrale e un'altra realtà video che si chiamava Shadow. Simona Falcone e Davide Rossi avevano invece un laboratorio di fotografia.
Erano tutte realtà culturali che lavoravano sulle tematiche del riuso creativo, per esempio il bancone d'ingresso era costruito coi rulli delle bobine dei cavi elettrici, quindi si riutilizzavano gli scarti industriali, poi c'erano anche le grandissime scimmie di Simone Bellotti, quindi all'interno del Link confluivano diverse realtà che si sono messe insieme per lavorare, questo sostanzialmente era il Link project.

P. Quando avete iniziato l'esperienza dello studio Loew utilizzavate già la strumentazione digitale? Oppure avete iniziato a progettare in analogico rielaborando successivamente i progetti al computer?

M. Noi abbiamo sempre lavorato in maniera ibrida, poi Lucio faceva parte dell'Opificio Ciclope con cui eravamo molto legati, quindi con loro abbiamo lavorato soprattutto nel settore video e nel multimedia, in un certo modo eravamo legati a doppia mandata. A volte abbiamo anche usato le fotocopie soprattutto per progetti personali più piccoli oppure scansionavamo le immagini fotocopiate e poi cambiavamo il colore con il computer. Poi essenzialmente per quanto riguarda gli esecutivi portati in tipografia non andavamo mai con dei bozzetti analogici, abbiamo sempre consegnato per la stampa file digitali. Il 90% del nostro lavoro comunque veniva sviluppato con il computer tranne per la realizzazione di alcuni singoli elementi grafici.

P. Si ricorda quando ha acquistato il primo personal computer, se sì quale modello?

M. In realtà Loew Associati ne possedeva soltanto uno poi però cannibalizzavamo i computer che erano nello spazio in comune del Link. Quello che utilizzavamo noi in studio era un *Power Macintosh 6500*. Il nostro non aveva il lettore zip quindi avevamo un lettore esterno con il quale leggevamo i dischetti zip. Ricordo che il computer si piantava ogni 5 secondi, aveva un sistema poco stabile. Tra i programmi usavamo QuarkXpress, il primo Photoshop, After Effects e Illustrator, allora c'erano ancora i computer con la scocca beige. Dopo qualche anno abbiamo comprato il primo *Power Macintosh G3* quelli verdi e grigio o forse era il modello *G4*, non ricordo bene, ma ovviamente era un altro mondo. Stranamente riuscivamo ad investire parecchio nella strumentazione quindi non ci mancava niente.

P. Eravate dotati di altre intendo periferiche sempre digitali di supporto al computer?

M. Noi avevamo la stampante, anche se eravamo abituati ad utilizzare il vecchio metodo del Cromalin per le prove di stampa intermedie o per quelle definitive andavamo in fotolito. Poi avevamo lo scanner, ma non ricordo che modello fosse, forse un Mustek, una specie di scatola con la luce.

P. Quando ha intrapreso la carriera di progettista grafico aveva già un po' di confidenza col computer? Che rapporto ha avuto con questo strumento?

M. Sono stato parecchio entusiasta della nuova tecnologia, quasi con una cura manicale per la macchina, so cambiare un disco, la RAM del computer, operazione ormai è impossibile con i computer nuovi, ma non sono mai stato un nerd.

P. Quando frequentava il Dams era già interessato al digitale e al computer, essendo soprattutto stato un autodidatta?

M. Sì, sono cresciuto con il computer a casa come tutti quelli della mia generazione. Io sono del 1976 e Remo del 1975, siamo cresciuti con un computer in casa utilizzato per programmare oppure avevamo la strumentazione per i videogames. Poi nel 1996 a Bologna frequentavo gli spazi della Facoltà di Lettere e filosofia e lì avevo scoperto la presenza di un computer nella biblioteca che nessuno utilizzava, quindi passavo ore su Internet. Poi un altro aspetto significativo del Link era costituito dalla libreria interna, in cui si trovavano libri di tutti i generi, dai romanzi a libri di grafica, e proprio lì avevamo posto un computer a disposizione gratuita per tutti gli utenti del Link per poter appunto navigare su Internet, ovviamente a una velocità ridotta.

P. Avevate anche committenti esterni alla realtà del Link?

M. Direi che ci siamo aperti abbastanza in fretta alle committenze esterne, per esempio abbiamo collaborato con la rivista di una società legata alle cooperative Coop dell'Emilia Romagna e poi successivamente per un paio d'anni abbiamo lavorato per la compagnia di danza contemporanea di Virgilio Sieni Semidanza di Firenze e grazie al loro contatto abbiamo sviluppato un progetto di identità per il Comune di Firenze e le iniziative culturali dei cantieri Goldonetta. In particolare questo progetto era legato alla riapertura del teatro Goldonetta che era stato chiuso per anni. Nel frattempo, grazie alla collaborazione con l'Opificio Ciclope, abbiamo curato delle produzioni televisive e dei videoclip per le emittenti televisive Rai e Telepiù. Prima che entrassi in Mondadori c'era stato commissionato anche il libro *Exit geografie creatività italiana* a cura di Francesco Bonami che per un anno è stato il direttore alla biennale di Venezia. Dopodiché Mondadori ci aveva commissionato tutto il progetto editoriale della rivista *Link – Idee per la TV*, per la quale precedentemente avevamo progettato soltanto le copertine, una sorta di abecedario della nuova creatività legato al mondo dell'arte. Grazie a questo lavoro Giacomo Callo è venuto a conoscenza del lavoro di Loew Associati, ci contattò e quando Remo decise di partire, accettai l'offerta di andare a lavorare per il gruppo editoriale e di trasferirmi a Milano. Alla fine quella parte del progetto grafico del Link project era già finita tra il 2000 e il 2001, dividendosi in diversi gruppi.

P. Secondo lei, qual era il panorama della grafica italiana degli anni Novanta?

M. C'erano diverse persone che conosco ancora oggi che facevano cose interessanti e diverse, come Marcello Dolcini che è tuttora un mio caro amico, a Milano c'erano lo studio Leftloft e Zetalab. Ci consociamo un po' tutti perché abbiamo partecipato alla mostra *Bold. Nuovi grafici Italiani* tenutasi a Venezia. Oggi Leftloft è diventato uno studio enorme, con cui abbiamo insegnato insieme alla NABA, di fatto nell'anno in cui ero a Milano ho insegnato al corso di art direction e action marketing.
Un'altra persona legata alle nostre committenze esterne fiorentini, che purtroppo non c'è più era Andrea Mi, un mio carissimo amico, e un grande grafico che faceva le grafiche per il Tenax. Lui ha collaborato con Loew Associati a qualche lavoro di grafica e poi ci ha anche commissionato dei progetti per Videominuto e per il teatro Pecci. La sua grafica era interessante e si avvicinava moltissimo a quello che facevamo al Link, un aspetto che abbiamo scoperto frequentandoci. Ci sono dei manifesti per il Tenax che sono stupendi ne ricordo uno con un pantone argentato e magenta, lavorava soprattutto in bicromia.

P. Un aspetto che ho individuato nella mia ricerca è l'alta concentrazione nelle città emiliano-romagnole di progettisti grafici che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a nuovi ambiti progettuali come il suo. Secondo lei, cosa ha reso l'Emilia Romagna un luogo culturalmente fertile per i progettisti grafici?

M. Fatta eccezione per le realtà underground, Milano aveva soprattutto committenza di tipo industriale. Invece la città di Bologna era molto più viva, soprattutto dal punto di vista culturale, penso che siano delle fasi che le città attraversano, ad esempio a Modena in quegli anni c'era Sartoria comunicazione e una serie di altre figure che avevano un ruolo di network. Ad esempio, Jumbo Manfredini, grazie a lui ho avuro modo di lavorare nel 2000 Apple Francia a Parigi, dove adesso vivo dopo aver seguito un lavoro per l'azienda Pirelli. Sicuramente sarà successo anche perché in quel momento, le realtà progettuali milanesi rimanevano sotto traccia, invece Bologna, la citta universitaria per antonomasia, aveva una quantità di persone e forze creative che hanno dato vita alla scena che ho vissuto. Questo avveniva anche grazie a chi prima di noi ha seminato e ha fatto da apripista come Davide Rossi e il teatro occupato con cui collaborava, Livello57 e poi la realtà dell'Isola del Kantiere, primissima realtà del Link, insomma tutte realtà culturali che si interfacciavano e collaboravano fra loro.

P. Secondo lei, il Comune di Bologna o le istituzioni politiche bolognesi che ruolo hanno avuto nella diffusione di realtà progettuali sperimentali? E sono state d'aiuto nella propagazione di una cultura visiva differente?

M. Assolutamente sì. In quel periodo – non voglio sbagliarmi –, c'era Roberto Grandi, assessore alle Politiche culturali del Comune di Bologna. Sicuramente Grandi era venuto al Link più volte, cercando un continuo dialogo

con questa realtà. Difatti era uno spazio occupato *sui generis*, perché era frequentato da persone di un certo calibro che creavano un continuo rapporto di scambi, una situazione molto aperta che non ho visto in nessun'altra città. Ricordo che il mio professore Giampiero Cane, il più grande esperto di jazz al mondo, veniva al Link per vedere i concerti dei festival organizzati. Molti docenti universitari venivano a vedere cosa si faceva al Link o al teatro occupato e questo sicuramente ha facilitato l'esistenza di certe realtà e di una certa cultura. Poi anche Carlo Branzaglia, professore all'Accademia di Belle arti si è sempre interessato a ciò che succedeva negli ambienti non istituzionali.
A Bologna in quegli anni c'era anche il premio Iceberg che abbiamo vinto non ricordo in che anno. Era un premio annuale dedicato alle arti visive applicate ai vari ambiti quindi c'era il settore della grafica, dell'illustrazione ed era promosso dalle istituzioni bolognesi e questo ha fatto sì che ci fosse una lungimiranza e un'attenzione riguardo alla creatività e alla cultura visiva. Poi mettiamo in mezzo anche la città di Venezia e la figura di Giorgio Camuffo, che ci ha inviati alla mostra *Bold Nuovi Grafici Italiani*. Alcune figure della generazione pima di noi guardavano a ciò che stava succedendo e ne erano interessate.

P. Come e quando ha avuto inizio la sua esperienza lavorativa presso la casa editrice Mondadori?

M. Come Loew Associati avevamo progettato due copertine e l'impaginato interno di un volume per la Mondadori, cosa insolita perché normalmente non si commissionavano i progetti all'esterno. Ci siamo occupati in quel caso di libri di grafica ed erano arrivati a noi tramite conoscenze di persone che allora collaboravano con Mondadori come Andrea Rizzoni, ci contattarono tramite Giacomo Callo. Ricordo che pensavo fosse uno scherzo, ma ci chiesero di collaborare con loro. Quindi quando alla fine degli anni Novanta Loew Associati si stava sciogliendosi, Remo era partito, l'altra socia era andata a Torino, ho richiamato Callo e l'indomani sono andato a fare un colloquio alla Mondadori. Stando lì, ad un certo punto, grazie a Laura Tettamanzi, un'amica, sono stato messo al corrente di una gara per rifare la rivista *Link – Idee per la TV* ed eravamo in gara con lo studio Zetalab. Il direttore della rivista, all'epoca, ha deciso che Loew Associati doveva vincere la gara e così è nata quella collaborazione che è durata penso 4 anni, è stato molto bello, ma molto faticoso.

P. Ricorda se tra il 1995 e il 1998 avete preso parte come Loew Associati alla realizzazione della rivista *Climax* ideata da Jumbo Manfredini a Modena?

M. No, non credo. So che hanno partecipato A.G.O. insieme ad Angelo, con cui abbiamo più volte lavorato.

P. In quel periodo avete partecipato a qualche evento o mostra inerente al mondo della grafica italiana? Per esempio, avete preso parte alla rassegna *NightWave* tenuta a Rimini?

M. Sì, non ricordo se abbiamo portato qualcosa di stampato, ma ricordo delle diapositive di lavori grafici che vennero proiettate durante l'evento. Poi con alcuni progetti di videografica abbiamo partecipato al Festival Sonar di Barcellona con il progetto *125 fiat*, una specie di esercizio di stile in cui apparivano una serie di riviste degli anni Settanta e componevano la pubblicità di questa macchina. Per la rassegna *NightWave* presentammo un po' di grafica che avevamo prodotto per il Link assieme ad alcuni lavori fatti *ad hoc* per la manifestazione. Mi ricordo che ci mandarono un fotografo, tale Umbertino, negli spazi del Link per fotografare i nostri lavori direttamente dallo schermo, successivamente proiettate durante la manifestazione riminese, perché allora stampare le diapositive costava troppo.

P. Esistono pubblicazioni dedicate al lavoro di Loew Associati?

M. Sì, siamo stati pubblicati in un numero della rivista *Abitare* in un articolo della rubrica *Lettere*, mi pare fosse una doppia pagina in cui facevamo al Link. Dopodiché ci ha pubblicati la pubblicazione annuale dell'ADI del Compasso D'oro.

P. Da dove nasce il suo interesse per la videografica?

M. L'interesse nasce grazie alla collaborazione con il laboratorio dell'Opificio Ciclope che si occupava di video, Lucio Polito ha fatto parte sia di Loew Associati sia dell'Opificio Ciclope quindi è stato naturale interessarsi a questo ambito del progetto. Con Remo abbiamo lavorato al videoclip del gruppo musicale Skiantos, quelli dei Prozac + nel 1998 e abbiamo prodotto anche alcune sigle televisive per la Rai. Così la videografica è diventata una parte del nostro lavoro, abbiamo fatto una serie di mini puntate insieme a Paolo Caredda curandogli la produzione per un documentario. Sicuramente sono sempre stato affascinato dalle vecchie sigle e un aspetto che ho studiato era legato all'applicazione della musica al movimento, l'ho sempre studiata fin da molto piccolo, avendo una formazione di musica classica. Ho anche suonato in un gruppo rock e punk quindi mi ha permesso di avere il ritmo, perciò passare dalla grafica alla videografica per me è sempre stato molto naturale. La musica è comunque matematica, c'è un ritmo, un tempo e lo impari, quindi per me musica e grafica sono intrinsecamente legate. La nostra generazione è cresciuta con i dischi dei propri genitori, la mia era rock e jazz, e il fatto di vedere i formati degli LP giganteschi con della grafica sopra ha comunque nutrito la mia pre-cultura visiva. I due mondi all'epoca erano molto più legati rispetto ai giorni nostri, ormai tutto passa attraverso Spotify, certo c'è la copertina, ma è tutto molto diverso. Venendo da un ambiente underground ovviamente la musica e la grafica erano strettamente collegati.

Maria Grazia Mattei

esperta di cultura digitale
▶ via Skype
16.04.2020

P. Lei è conosciuta soprattutto come giornalista nell'ambito artistico ed esperta dell'arte elettronica e digitale. Come e quando nasce questa sua attenzione per la contaminazione elettronica e digitale nell'arte?

M. Alla fine degli anni Settanta ho iniziato a scrivere la rubrica 'Nuovi Media' per la rivista *Zoom*, scrivendo soprattutto di multimedialità, che allora veniva identificata col termine 'multivisione' e stava a indicare un uso della fotografia in chiave narrativa multipla, le cosiddette 'multivisioni' ossia immagini fotografiche proiettate in formato diapositiva sulle quali alcuni artisti aggiungevano altri segni che viste in sequenza restituivano il senso del movimento. Poi seguendo questi percorsi tra arte e tecnologia – a me interessava questo filone perché mi ero laureata in Critica d'arte – mi sono imbattuta in gruppi sperimentali proprio alla fine degli anni Settanta che avevano visto nel computer un potenziale mezzo espressivo. Ciò che allora mi ha colpito è stato questo, vedendolo dal lato artistico o sperimentale-artistico, ho intravisto uno strumento che in realtà in quegli anni era destinato soprattutto o a ingegneri o a tecnici o ad ambienti scientifici, però con l'avvento del personal computer qualcosa stava cambiando e osservando tutto ciò ho pensato che in questo filone si celava il futuro. Ho avuto come un lampo e mi sono detta che in quel momento si stava giocando una partita veramente nuova dal punto di vista sia tecnico-espressivo sia comunicativo che coinvolgeva i linguaggi di diversi ambiti non solo quello prettamente artistico. E da questo momento ho incominciato a muovermi in questa direzione.
La prima cosa che mi è successa è andare nel 1979 a Palazzo Fortuny come allieva a seguire le iniziative sulla sperimentazione fotografica collaterali alla mostra *Venezia '79 – la Fotografia*. Non c'era nulla di digitale ancora, ma seguivo appunto quel filone sperimentale, in cui riscontravo l'attenzione a mezzo, tecnologia e linguaggio è sempre stato un mio pallino.
Quindi a un certo, agli inizi degli anni Ottanta, dovendo scrivere ogni mese un pezzo per la rivista Zoom, mi sono trovata a incontrare un gruppo, che si chiamavano *Crudelity Stoffe* a Roma – a mio avviso loro sono stati interessanti come pionieri – , i quali avevano scritto – allora non c'erano i software grafici ma li dovevi scrivere – un programma per disegnare con il computer e creare delle animazioni bidimensionali con il computer. Loro ricordo che possedevano un personal, nello specifico un Mac. Quindi ho incontrato questi due ragazzi, Michele Bohm e Marco Tecce, e loro mi hanno fatto capire che veramente si stava elaborando un nuovo linguaggio e che c'erano delle frontiere aperte per l'immaginazione e l'immaginario, proprio in quel momento ho intravisto il futuro: il mondo sarà digitale!
A quel punto ho unito tutta la mia passione per la scoperta tra il rapporto arte, scienza e tecnologia e ho iniziato a indagare. Ho scoperto gruppi che esistevano a Milano, altri team che lavoravano a Bologna, dove agli inizi degli anni Ottanta si svolgeva una manifestazione sulle tecnologie.
Spesso mi sono incrociata con questi festival che in qualche modo già registravano questo cambiamento del passo grafico ed espressivo-comunicativo, non era ancora sicuro che questo nuovo filone sarebbe andato a finire nell'animazione, anzi chi si occupava di animazione classica era profondamente contrario all'uso del computer, però si capiva che questa cosa avrebbe preso traiettorie interessanti. Comunque io ho seguito questi gruppi sperimentali in Italia e parallelamente ho avuto l'intuito di guardare a questo punto anche fuori dall'Italia, di guardare altrove.
Una piccola premessa, già agli inizi degli anni Ottanta ho incominciato a raccogliere questi materiali sulle produzioni sperimentali, artistiche e creative italiane, iniziando a organizzare delle rassegne promuovendole in diverse manifestazioni, tra cui anche il Sicof – Salone cine foto e audio a Milano, e poi ne scrivevo su *Zoom*. Dopodiché, come ti accennavo prima, ho iniziato a guardare altrove, fuori dall'Italia, dove c'era molto di più e nel 1984 mi sono recata negli Stati Uniti.Prima di recarmi negli Stati Uniti, nello stesso anno il Comune di Pavia mi hanno chiesto di organizzare una mostra, intitolata *Arte e Nuove tecnologie*, durante la Festa nazionale dell'Unità sui Beni culturali (giugno-luglio) promossa da Giulio Carlo Argan. In questa mostra ho messo in scena tutta la computer grafica di allora, le istallazioni di video-arte che guardavano all'interazione con la collaborazione di Studio Azzurro, il movimento artistico che si occupava di arte telematica, momenti performativi in cui avvenivano degli scambi telematici attraverso il fax, ricreando un vero e proprio laboratorio telematico. Ho realizzato questa mostra con un intero programma di proiezioni di computer grafica – intesa come animazione al computer – tutta made in Italy ed è stato questo il momento in cui ho guardato quello che stava accadendo in Europa e mi sia aperto un nuovo mondo.
Quindi ho preso i due milioni guadagnati attraverso il lavoro di curatela della mostra a Pavia e gli ho investiti in un viaggio negli Stati Uniti dove ho soggiornato per due mesi. Da lì non mi sono più fermata, entrando in relazione con le maggiore manifestazioni internazionali, come ad esempio il Siggraph (Special Interest Group on GRAPHics and Interactive Techniques) la conferenza statunitense sulla grafica computerizzata, dove ho toccato con mano sia lo stato d'avanzamento della computer grafica, della computer animation e delle immagini simulate sia l'impatto di questi nuovi ambiti sul cinema e sulla comunicazione in generale, tenendo sempre d'occhio anche il livello di ricerca più pionieristico di questi settori, in particolar modo quello artistico. Di conseguenza ho conosciuto tutti i protagonisti che hanno fatto un po' la storia della computer grafica, dove intendo la computer graphic animation. Ecco perché annovero tra gli italiani Mario Sasso come esponente di questo filone di progetto.
Dopo l'esperienza americana, nel 1986 dei curatori che stavano nel nord Europa tra Inghilterra, Francia e Austria – quello austriaco si occupava nello specifico di arte telematica –, mi hanno chiesto di curare una sezione della Biennale di Arte di Venezia, mettendo in scena negli spazi delle Corderie un laboratorio sull'arte e la comunicazione digitale, dal nome *Ubiqua. Network planetario*, e lavorando con tecnologie che permettevano di lavorare a distanza, mediante un per-uso delle mail grazie alla partnership con la Sharp mettendoci a disposizione un server per poter comunicare tra di noi. Quella edizione della Biennale è stata diretta da Maurizio Calvesi.
Nel frattempo in Italia si stava propagando un grande fermento di interesse pubblico su queste questioni, mosso da festival e da diversi piccoli eventi, come l'esempio del festival di Camerino. Questa inesperienza ha generato una confusione di termini, in quegli anni si confondeva l'arte elettronica con la video-arte e con l'arte digitale. Dal punto di vista della critica sembrava che si fosse passati dall'arte elettronica a quella digitale senza capirne le distinzioni e la loro identità.Insomma questi festival, collocati geograficamente tra Camerino, Bologna e Ferrara, sono stati i primi portavoce di queste nuove istanze. A loro poi si è aggiunta l'esperienza del Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny. A seguito dell'incontro avuto durante la Biennale con Sandro Mescola, allora direttore di Palazzo Fortuny, è iniziata la mia collaborazione con l'istituzione veneziana.
Credo di poter affermare che dal 1986 al 1990 circa ci sia stato un fermento di pubblico straordinario, ricettivo rispetto a queste questioni contemporanee, a dispetto del silenzio quasi generale della stampa nazionale, nessuno guardava dal punto di vista mediatico veramente in questa direzione, pochissima gente. Io un po' le scrivevo su *Zoom*, ma se tu andavi a proporre questi contenuti ai quotidiani, non c'era riscontro, poco o nulla, nessuno ci pensava.
Io imbrocco questa strada con Palazzo Fortuny, all'epoca non avevo uno studio ed ero da sola, così ho iniziato a preparare un programma esplorativo e internazionale. Quindi ho invitato da John Lasseter, arrivato nel 1989, ad artisti

della computer animation e per anni abbiamo portato avanti un programma all'avanguardia sull'immagine digitale, indagando il rapporto tra arte e digitale e tra video e stampa. È stato un periodo fantastico, in cui siamo riusciti ad organizzare una serie di iniziative una più bella dell'altra.
Faccio una digressione per riallacciarmi ai primi anni Novanta, quando ho soggiornato negli Stati Uniti, tra il 1984 e il 1985, ho iniziato a interessarmi di realtà virtuale, così nel 1990, a novembre, ho ideato il primo convegno internazionale *Mondi Virtuali* a Palazzo Fortuny della durata di due giorni. Iniziativa che avuto un successo micidiale, sia per l'accoglienza del pubblico che della stampa. L'errore più grande che abbiamo commesso è stato quello di non aver pubblicato nulla su queste giornate. Da quel momento c'è stato uno scatto da parte dei media e dell'editoria italiana che hanno incominciato a scoprire questo ambiente.
Al convegno ho invitato dieci personaggi di fama mondiale, tra cui William Gibson, scrittore statunitense di fantascienza, il filosofo francese Paul Virilio e Scott Fisher, artista, che hanno fatto la storia della realtà virtuale, compreso Jaron Lanier, ideatore della locuzione *virtual reality*.
L'interesse internazionale e soprattutto nazionale verso queste tematiche esploderà verso la fine degli anni Novanta, motivo per cui mi sento una precorritrice. In questo devo dire un enorme grazie a Mescola e a Silvio Fuso per aver alimentato le mie passioni permettendomi di mettermi in contatto con personaggi internazionali e di continuare le mie esplorazioni. Tutto ciò che ho realizzato è avvenuto nel pubblico e non nel privato, dove sarebbe stato forse tutto più semplice.La mia avventura a Palazzo Fortuny è terminata, quando è andato via Mescola a causa di dissidi interni con Fuso.

P. Cosa è successo dopo la sua esperienza presso il Centro di Documentazione di Palazzo Fortuny?

M. Quando Mescola è andato via, iniziando a lavorare per l'Ufficio alla Cultura di Venezia, mi ha coinvolto in altre iniziative. In particolar modo ha riconfermato il mio ruolo all'interno di una serie di eventi inseriti all'interno del teatro Toniolo e mi sono occupata della programmazione di *Opera Totale. Musica immagini e nuove tecnologie* (1995), una manifestazione culturale che prendeva in prestito un'espressione delle avanguardie artistiche del primo Novecento per indagare tutte le varie forme di linguaggio con questa matrice digitale, con una particolare attenzione alla musica. Ogni anno mettevamo in scena le perfomance degli ospiti internazionali che raccontavano le loro ricerche. Ho curato questa iniziativa per quasi cinque o sei anni. Credo che l'esperienza di palazzo Fortuny abbia segnato la scena italiana, il Centro di Documentazione è stato pionieristico, dove si sono svolte iniziative meravigliose e sperimentali, confermandolo come un centro unico in tutta Italia.
L'esperienza è stata irripetibile anche per le sinergie che si sono create tra di noi, quasi vivevamo all'interno del museo, lavoravamo spesso fino a tarda notte e mangiavamo lì, sfruttando la cucina presente nel Palazzo. Era un luogo di transito di cultura come mai più visto in Italia, questo perché quel luogo non interessava ai politici e alle istituzioni, avevano messo senza alcuna pretesa Mescola a dirigere il museo, ma solo per preservare i beni di Mariano Fortuny e Sandro ha cercato di orientare il Centro sulle arti applicate, in fondo, a mio avviso, l'arte digitale è arte applicata, visto che ha toccato qualsiasi ambito dal cinema, alla fotografia e alla comunicazione.
Sicuramente con me hanno imbroccato la strada del digitale, dando vita a un periodo della mia vita fantastico. Gli anni Ottanta e Novanta sono stati molto pionieristici, fino ad arrivare nel 1992 anno di pubblicazione del World Wide Web, che ha condizionato successivamente la mia ricerca. In fondo per me non è stata una grossa sorpresa, visto i miei pregressi e le sperimentazioni condotte durante il mio lavoro alla Biennale d'Arte del 1986.
Il web per me è stato più una soluzione tecnologica che permetteva una maggiore connettività tra le persone. Quindi lì si è aperto tutto un capitolo interessante, mentre contemporaneamente andava avanti il tema della realtà virtuale e delle immagini simulate.
L'impatto grosso nel cinema in Italia c'è stato a cavallo tra il 1995 e il 1996 quando con Gillo Pontecorvo alla Biennale Cinema di Venezia ho creato un progetto chiamato *Virtual set*, il quale ha scatenato nella nostra nazione non solo gli interessi per gli effetti speciali ma per il cambiamento del cinema in chiave digitale.
Nella mia carriera ho mosso le acque in diverse direzioni, tutte accomunate da un comune denominatore: il computer come hardware e software. Mi sono trovata in questa scena internazionale appassionante in cui, essendoci entrata da critica d'arte e non da ingegnere, ho colto soprattutto gli aspetti di cambiamento sia nei linguaggi sia nelle forme espressive-comunicative, guardando alle loro potenzialità d'uso di tutte le tecnologie che man mano venivano immesse nel mercato artistico e comunicativo.

P. Avendo attraversato in maniera così trasversale i cambiamenti tecnologici ed essendo una persona 'tecnoentusiasta', quanto, secondo lei, negli anni Ottanta e Novanta l'Italia è stata pronta alla rivoluzione digitale? Se non lo è stata, cosa ha condizionato questo ritardo nella diffusione dei mezzi digitali sul territorio nazionale?

M. Negli anni Ottanta c'è stato un grande fermento creativo, perché c'erano tante realtà che sperimentavano e che si connettevano, ciò lo dimostra la presenza e la vivacità di festival sul territorio italiano che hanno supplito alla mancanza di attenzione più 'istituzionale' su larga scala, in fondo queste iniziative erano sostenute dagli enti pubblici soprattutto locali. Il grande limite, a mio avviso, è stato quello di non avere un supporto così forte, mi riferisco ai governi che non hanno mai guardato con attenzione in questa direzione. Se hanno prestato attenzione lo hanno fatto rispetto a qualche settore della ricerca scientifica, perché il computer ha permesso di velocizzare dei processi. Secondo me, l'aspetto innovativo risiede più in quello creativo e comunicativo o nel mondo del cinema, che ha avuto poi dei riflessi economici fortissimi. A livello governativo, ad esempio, la Francia ne ha colto l'importanza, negli anni Ottanta finanziava questo festival *Imaginaire*, un salotto europeo sull'immagini digitali. I francesi lavoravano per prendere accordi con il cinema statunitense e apprendere le tecniche degli effetti speciali digitali. Gli italiani che partecipavano a questo tipo di manifestazioni erano pochissimi. Non c'era alcun interesse dichiarato per gli organi governativi o per le istituzioni che cercassero di spingere le industrie nazionali in quella direzione. La mancanza di attenzione istituzionale ha corrisposto con la mancanza di interesse mediatico da parte delle maggiori testate nazionali, alimentato anche dalla mancanza di internet che invece ha permesso la circolazione immediata di alcune notizie.
Malgrado questi limiti le idee circolavano e le proposte c'erano, ne sono un esempio le iniziative come ti dicevo prima. Ovviamente questo discorso vale soprattutto per gli anni Ottanta, nel decennio successivo c'è stata un'accelerazione.
Ciò che è mancato è stato l'incoraggiamento oltre ai finanziamenti e questo ha relegato questo ambito a una nicchia, tranne l'aspetto della sperimentazione scientifica che ha interessato i grandi centri di ricerca come il CNR. In Italia non è stata incoraggiata né l'industria hardware né quella software e neanche quella dei servizi. Avevamo Olivetti, ma è stata scalzata dalle aziende straniere. Non è stato percepito l'aspetto travolgente culturale, sociale ed economico che avrebbe potuto avere, è stata una completa svista.

P. Prima accennava alla questione Olivetti e di come sia stata scalzata dalle aziende estere, a questo proposito quali sono state le aziende che hanno investito nell'ambito digitale? E quali sono stati gli strumenti utilizzati maggiormente negli ultimi due decenni del Novecento?

M. Indiscussa è stata la posizione e il ruolo della Apple, ma oltre a questa realtà aziendale quella che ha sostenuto maggiormente lo sviluppo delle immagini virtuali e tridimensionali è stata la Silicon Graphics (SGI), che ha progettato macchine per supportare applicazioni di animazione e rendering 3D senza doversi appoggiare ad un mainframe. Sinceramente ricordo meno le aziende produttrici di software, ma sicuramente meglio le aziende che lavoravano nel mondo del cinema, perché è stato l'ambito che mi è interessato di più. La Silicon Graphics Italia ha collaborato al mio progetto del 1996 per la Biennale Cinema di Venezia.

P. Ritornando ai festival italiani degli anni Ottanta, ricorda come si chiamava il festival che si teneva a Bologna?

M. Il festival si chiamava *Immagine Elettronica*, per anni hanno organizzato conferenze e incontri. Mi spiace solo che nonostante fosse un festival interessante, ma non c'è stata molta documentazione su questo evento. Non so se potrebbe interessarti invece il festival *U-tape* che si svolgeva a Ferrara, credo sempre organizzato da Lola Bonora.

Sergio Virginio Menichelli

progettista grafico
▶ via Skype
08.04.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto. E soprattutto in che anni hai frequentato l'ISIA di Urbino?

M. Il mio non è stato un percorso formativo lineare, bensì molto frammentato. Ho frequentato l'ISIA di Urbino soltanto per un anno dal 1986 al 1987, poi mi sono tornato a Milano dove mi sono iscritto alla scuola Bauer seguendo soprattutto il corso di fotografia (1987-88) e l'anno successivo ho frequentato la scuola-bottega/atelier di AG Fronzoni (1988-89).

P. Quando è avvenuto il suo primo approccio con il computer?

M. Ho iniziato ad usare il computer durante la mia esperienza nello studio Sottsass nei primissimi anni Novanta, quando arrivò un giovanissimo Alberto Berengo Gardin che aveva una grande passione per la nuova tecnologia digitale e che in studio si occupava soprattutto della realizzazione degli esecutivi a computer. Lui ci ha impartito qualche lezione per utilizzare il nuovo strumento.
Principalmente ho iniziato a utilizzare soprattutto due programmi: FreeHand della casa di produzione Aldus e PageMaker.

P. Ricorda quando ha acquistato il primo computer? Questa domanda mi serva a capire quando si è diffuso in maniera più capillare lo strumento digitale nel territorio italiano, in questo caso nel milanese.

M. Se ricordo bene era la fine del 1989 e l'inizio del 1990. Acquistai il modello *Apple LC* se ricordo bene.
All'epoca, per il costo elevato dei macchinari, funzionava che compravi prima il computer di base e successivamente una serie di pezzi per implementarne la potenza, soprattutto si era soliti acquistare RAM aggiuntiva. Questa era una prassi molto diffusa nell'ambiente dei progettisti grafici.

P. Che rapporto ha avuto la strumentazione digitale?

M. Io non mi definisco un tecno-entusiasta, ho avuto una formazione più manuale e metodologica dove l'errore ti permetteva di migliorare. Sicuramente il computer ha cambiato il processo e la velocità della progettazione. Per me il computer ha introdotto uno scontro/confronto appunto rispetto al metodo. Mi spiego meglio, se prendiamo in analisi la versione di Illustrator di quegli anni, si lavorava solo con una visualizzazione di anteprima, quindi non si aveva la possibilità di vedere in tempo reale i risultati. Quindi lavorare a computer allora comportava un metodo più tecnico e ingegneristico che non apparteneva al mondo dei progettisti, dei creativi. Dovevi essere molto preciso e dare delle coordinate, dei comandi che ti permettevano di disegnare, ma se non avevi delle conoscenze pregresse di questo tipo era molto complesso.
Le mie esperienze pregresse arrivavano dalla 'scuola del fare', quindi il metodo era quello di fare concretamente e manualmente le cose, sbagliare e migliorarsi, lo definirei più un metodo legato alla sfera del concetto.
Sicuramente il computer con il tasto "undo" o "mela + Z" ha cambiato il modo di intendere il margine di errore. Questo comando ti permetteva nel caso di errori di tornare indietro di almeno un'operazione. Quando si lavorava con i letraset, la Cow Gum se sbagliavi qualcosa era un grande problema, perché dovevi incominciare tutto da capo. Ecco, ha semplificato l'iter progettuale.
Ti suggerisco di sentire Matteo Bologna, un progettista grafico attualmente residente negli Stati Uniti che a differenza mia considererei uno entusiasta dell'arrivo del computer.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti e quelli della sua generazione rispetto a ciò che stava accadendo all'estero? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito al suo bagaglio culturale. Come si formato rispetto a quello che stava succedendo all'estero, rispetto anche al digitale?

M. In quegli anni si guardava soprattutto ai lavori di Neville Brody e David Carson che avevano due approcci completamente diversi. Il primo ha iniziato a usare il computer e i suoi lavori risultano molto puliti, con un'estetica che si rifaceva alle avanguardie storiche. Nei suoi lavori non si percepiva quasi mai l'uso del computer, c'era un'estetica molto pulita in contrapposizione con ciò che stava accadendo invece in America. Al contrario David Carson apparteneva al mondo del surf, ad una cultura più underground e meno legata al mondo del graphic design. Lui era inizialmente contrario all'uso del computer eppure si è lasciato influenzare da ciò che stava accadendo sulla costa del Pacifico e ha fatto propri ed esasperato i linguaggi frammentati e di sovrapposizione. Carson si è appropriato di questa estetica trasformandola e facendola diventare l'estetica tipica del computer.
Il computer ha fatto propria quell'estetica di rottura, di sovrapposizioni e di poche regole che arrivava proprio dalla New Wave americana, dai lavori di April Greiman, unica esponente femminile di quegli anni.
Per quanto riguarda i miei punti di riferimento cartacei all'epoca avevo come riferimento soprattutto le riviste *Eye*, *Emigre* e *Creative Review*, quest'ultima la consideravo e la considero più una specie di vetrina da sfogliare. Poi guardavo anche una rivista olandese di cui non ricordo molto bene il nome.
Per quanto riguarda la produzione di settore italiana avevo come riferimento la rivista *Rassegna* che si occupava soprattutto di progetto architettonico, dedicando qualche numero anche al progetto grafico e agli allestimenti. Sono sempre stato interessato alla grafica per gli ambienti.
Per quanto riguarda i libri, i miei fondamentali di grafica sono stati: *Graphic Language of Neville Brody*, *Wim Crouwel: mode en module* e il libro di Alan Fletcher. Di quest'ultimo mi è sempre piaciuto il suo approccio ironico che poi cerchiamo di portare anche all'interno dello nostro Studio FM.

P. Qual era lo scenario della grafica italiana negli anni Ottanta e Novanta? Secondo lei, perché la comunità italiana dei progettisti grafici è stata incapace di creare un dibattito sulla trasformazione della professione in corso con l'avvento del computer?

M. Io credo che nella nostra nazione ci sia stato un grande problema generazionale. Un gap, un vuoto che difficilmente in quegli anni si è riusciti a colmare. Mi spiego meglio, c'erano quelli che per noi erano i maestri, per intenderci i protagonisti del graphic design italiano degli anni Sessanta e Settanta, per la maggior parte reticenti all'avvento del digitale. Tra questa generazione e quella nata qualche anno prima della mia, ossia negli anni Cinquanta, che io identificherei come 'i cugini', non ci sono stati più veri e propri punti di riferimento legati magari a grafici anagraficamente più giovani dei soliti maestri, come potevano essere Franco Grignani, Massimo Vignelli, eccetera. Quindi sia i nostri 'cugini' che quelli della mia generazione hanno continuato ad avere gli stessi referenti a cui guardare, non c'è stato un ricambio. Di conseguenza quando è arrivato il computer ci ha colti impreparati e abbiamo guardato con diffidenza chi lo ha usato con entusiasmo.
Il dibattito non è avvenuto anche per questa ragione, mi spiego meglio, arrivato il computer i maestri l'hanno rigettato, relegando ai colleghi più giovani l'utilizzo in caso di necessità; 'i cugini' inizialmente hanno avuto un atteggiamento diffidente e successivamente si sono adeguati e la mia generazione l'ha metabolizzato senza porsi troppe domande. Quando tutti abbiamo iniziato a usare la strumentazione digitale non c'è stata la necessità di soffermarsi su ciò che stava accadendo.

Anche a livello istituzionale negli anni Ottanta l'Aiap non ha fatto granché, non è riuscita ad aprirsi al nuovo. È stata la direzione di Mario Piazza, nel ruolo di presidente, che ha aperto un dialogo tra l'associazione e i nuovi grafici, organizzando tutta una serie di incontri ed eventi che ha permesso un confronto all'interno della comunità, dando vita per esempio all'Aiap community negli anni Novanta.
Ora, non ricordo benissimo né il periodo esatto di istituzione né chi ha avviato questo progetto, ma un ulteriore riflesso di questa apertura è stata la rubrica *Lettera* all'interno della rivista *Abitare*. La rubrica era diretta da Massimo Pitis, forse proprio negli anni in cui Italo Lupi la dirigeva. Ti nomino questa rubrica perché ha dato spazio ai giovani grafici italiani contemporanei.

P. Il computer ha dato la possibilità di accorciare le distanze tra il progettista grafico e la tipografia, avviando negli anni Ottanta e Novanta una prolifera progettazione e produzione di caratteri digitali. Che rapporto ha avuto con la tipografia digitale?

M. Non ho mai disegnato un carattere, il mio è sempre stato più un interesse di tipo funzionale. Sicuramente il computer mi ha dato la possibilità di utilizzarne diversi. Infatti ricordo che in studio avevamo acquistato un manuale corposo da Fontshop – la fonderia digitale fondata da Erik Spiekermann – in cui era incluso un cd rom con tantissimi caratteri dai più nuovi a quelli storici digitalizzati da loro. Poi conservo ancora in studio le scatole dei programmi con tutte le varie licenze in qualche scaffale impolverato.

P. Un'ultima questione che mi interessa è la questione della conservazione dei lavori digitali, in particolar modo come gli studi hanno affrontato la questione dell'archiviazione. In molti casi sto riscontrando la difficoltà di accedere ad alcuni progetti realizzati appunto negli anni Novanta conservati in supporti di memoria ad oggi non accessibili per l'obsolescenza della strumentazione. Lo Studio FM quale tattica ha applicato a riguardo?

M. Noi in studio abbiamo conservato magari qualche fotografia degli stampati, sopravvissuta al tempo. Ti confermo zche alcuni file sono impossibili da aprire, non riusciamo ad aver accesso. Quindi la fotografia resta uno dei metodi di conservazione più efficiente, anche quella in formato digitale, essendo in formato bitmap ha subito meno modificazioni nel tempo e la lettura del file è ancora accessibile. La fotografia viene letta punto per punto un po' da sempre, da che esiste Photoshop, un programma che esiste da molto molto prima, non lo usavamo inizialmente noi progettisti grafici, bensì i fotolitisti. Il fotolitista con cui lavoravo quando ero ancora in studio da Ettore Sottsass usava Photoshop, quindi la fotografia digitale è più semplice come operazione di archiviazione.
Effettivamente i file di disegno sono problematici. Infatti in questo periodo di lockdown in studio abbiamo deciso di realizzare le segnature dei nostri lavori, io resto un grande sostenitore della stampa. Per quanto il nostro server sia potente, ma meglio avere altri tipi di documentazione.

P. Prima mi parlava dell'importanza dell'utilizzo della manualità nella progettazione grafica, secondo lei, nei primissimi anni Duemila in Italia c'è stata una completa resa al digitale oppure c'è stata sempre una compresenza tra digitale e analogico? Le faccio questa domanda perché nel periodo da me indagato c'è stato un passaggio graduale e non sempre chiaro.

M. Secondo me, senza mettersi in guerra, le due componenti convivono. In questo periodo di lockdown nei primissimi giorni in particolare, abbiamo deciso in studio di realizzare dei piccoli lavori di autoproduzione. Io ho ripreso a fare dei collage con forbici e colla ritagliando vecchie riviste anni Settanta e il mio socio a realizzato dei lavori in digitale, secondo me, il messaggio non cambia molto, nel senso che non si percepisce dai nostri lavori che lui una preparazione artistica avendo studiato al liceo artistico e poi alla Parson School of Design negli Stati Uniti e io ho la mia di formazione in Italia.
Secondo me, è una questione che oramai dovrebbe essere superata, conclusa. Nei primi anni Duemila come oggi ci si aspettava che un progettista sapesse padroneggiare entrambe le due componenti del nostro lavoro, sia quella analogica che quella digitale. Queste capacità non sono legate a questioni fisiologiche della mano, bensì ad aree precise del cervello. Il computer diventa uno strumento come un altro, ecco, questo ha rappresentato per me questo mezzo. Come progettisti non bisogna negarsi la conoscenza di entrambe le modalità, bisogna trovare il giusto equilibrio.

P. C'è un lavoro realizzato nel periodo da me indagato che la rappresenta di più? Un progetto che la identifica in pieno con i linguaggi degli anni Novanta?
M. Prima del Duemila non ritengo che lo Studio Fm (fondato nel 1996) abbia realizzato lavori interessanti e secondo me, i nostri progetti erano figli di una scuola più di matrice fronzoniana.
Forse il lavoro per la BTicino – dovrei controllare di che anni sono, ma temo fossimo già nel Duemila/Duemila e uno – in questo esempio rivedo un'estetica digitale molto anni Novanta per la presenza di oggettini e una moltitudine di segni e poi un altro progetto per l'azienda B&B, per la quale abbiamo progettato diagrammi informativi sulla storia di questo brand intraprendendo la strada di un ambito esordiente come la data visualization.
Se ricordo bene avevamo realizzato una pubblicazione/portfolio che raccoglieva i nostri lavori dal 1996 al 2000, ma nulla di così degno di nota.
Potrebbero essere significative le copertine degli Afterhours, ma non sono così convinto.
Negli anni Novanta abbiamo progettato delle animazioni per una delle prime web-tv, Language Channel, in cui si trova l'estetica di quegli anni, ma non credo di aver conservato qualcosa.

Francesco Messina

progettista grafico
▶ Tricesimo UD
06.04.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

M. Mi sono avvicinato al mondo della comunicazione da bambino, collezionando molte cose, ma soprattutto le matrici del biglietti dell'autobus. Io salivo sulla linea 1 dell'autobus della città, senza una meta precisa solo per aspettare che il bigliettaio alla fine mi regalasse le matrici. Credo che sia stato quello il momento in cui un pezzo di carta con scritto sopra qualcosa mi abbia affascinato. Più seriamente sono andato a studiare a Milano nel 1966 dove lo IED era appena aperto, una realtà nuova che ho frequentato e che non ho neanche terminato, esperienza che comunque mi è servita molto perché, nonostante non fosse ben organizzato né strutturato c'erano alcuni validi insegnamenti. Poi all'epoca era l'unica scuola che io potessi frequentare lavorando al mattino. Ero anche andato a visitare l'ISIA di Urbino, ma purtroppo siccome dovevo anche lavorare per mantenermi lì era più complicato, inoltre ancora non avevo proprio ben capito cos'era la grafica pubblicitaria e che cos'era il graphic design. Non l'avevo capito, ma un po' l'avevo intuito, nel senso che mi ricordo che mi recai nella scuola con tutte le copertine delle music cassette che avevo disegnato per i miei amici musicisti, quindi avevo associato in un certo modo associato la grafica ai poster e alle copertine. Se compri *The White* album dei The Beatles non puoi non diventare grafico secondo me, tra le foto messe in pagina in quel modo lì e il poster progettato da Richard Hamilton, erano dei grandi esempi visivi!

P. Dato che si è trasferito a Milano nel 1966 qual era lo scenario della grafica che ha trovato?

M. Fantastico! Io ero più legato all'ambiente musicale e delle arti varie, il primo per diverse ragioni, *in primis* avevo diversi amici musicisti e poi nel 1974 ho incontrato Franco Battiato e da lì siamo diventati amici e abbiamo iniziato a lavorare assieme. Milano in quegli anni valeva davvero la pena, nonostante lo smog, il traffico, però valeva tutte le scomodità che aveva perché era una città estremamente viva dal punto di vista culturale. Ho frequentato ambienti e persone che mai mi sarei sognato di frequentare, perché prima non sapevo neanche che esistessero e ciò che stavano facendo. Spaziavo dall'ambiente teatrale alternativo a quello musicale dalla poesia visiva ad alcune correnti letterarie controcorrente, anche se già a Udine c'era stata già una figura che mi aveva aperto gli orizzonti: Getulio Alviani. Lui era un artista che rappresentava per me un po' un estremo, dato che io ero più interessato al pop e quello è un mondo che ho sempre attraversato, perché mi sono ritrovato dentro subito attraverso il mondo di Battiato, un mondo che visivamente abbiamo costruito insieme quando ancora lui non aveva ancora successo. Mi riferisco agli album *dell'Era del cinghiale bianco* (1979) e de *La voce del padrone* (1981), ciò le cose cose off che abbiamo fatto sia in ambito musicale che teatrale. Dall'altra parte in Italia c'era invece ancora una materia più strutturalista e più modernista, non c'era ancora il postmodernismo, infatti mi riferisco più alla fine degli anni Settanta.
Secondo me, quando ho iniziato a lavorare convivevano queste due anime della grafica italiana, una più legata alla tradizione e l'altra più innovativa, perché la committenza industriale chiedeva alcune cose, mentre altri tipi di committenti, come quelli dell'ambito della discografia musicale con cui ho iniziato a collaborare presto, chiedevano tutt'altro. Poi scopri che mettendo assieme le due cose, un'immagine autoriale con una scritta con il carattere Helvetica, realizzavi risultati interessanti; questo è un modo per dire che assemblare diversi approcci era possibile.
Tirando fuori i lavori degli anni Settanta, mi viene in mente un termine che non è autorialità, bensì espressività, in cui si mescolano più tecniche, dall'uso delle fotocopie per l'elaborazione delle immagini ai disegni al tratto, fatti a mano – quest'ultimo tratto distintivo l'avevo appreso da Milton Glaser nel periodo in cui sono stato da lui –, elementi accostati a una struttura, una gabbia che poteva riprendere benissimo quella del Piccolo di Milano, che era molto più rigorosa.
Il senso è che sono cresciuto professionalmente in mezzo a due mondi, cioè capivo la necessità della gerarchia, ma mi piaceva da morire la libertà contemporanea.
Poi devi sapere che l'industria discografica, finché c'è stato il vinile, era più attenta agli scenari grafici contemporanei e permetteva maggiore libertà.
In riferimento invece agli sviluppi tecnologici di cui mi accennavi precedentemente, quando parli di sviluppo delle tecnologie, secondo me, bisogna comprendere anche altre cose, cioè non solo le possibilità esecutive, ma anche il trasferimento del progetto su supporti diversi.
Io non ricordo che anno era, quando il direttore artistico della EMI Italiana, che era una delle grandi sette sorelle – le case discografiche più importanti che dominavano il mercato musicale – chiamò a turno i progettisti italiani che si occupavano di grafica per la musica, quindi tra i tanti me e Mario Convertino, comunicandoci che nel momento in cui sarebbe venuto meno il vinile passando al cd e il formato si sarebbe ridotto, non sarebbe stato più utile realizzare progetti complessi, perché sarebbe bastato il volto del musicista e un logo. Invece, a quel punto, la scena anglosassone, vedendo che lo spazio era diminuito ha preferito investire maggiormente nella comunicazione.
Negli Ottanta cambia il modo di intendere la musica, cambia la grafica, ma soprattutto cambiano i supporti dal grande al piccolo.
Quindi la mia idea era sempre quella di aver un approccio oscillante dal un lato a l'altro delle tendenze della grafica, non era una posizione di comodo, ma mi sembrava interessante portare avanti queste due mie anime e tenerle assieme. Più tardi ho scoperto tramite il testo di Steven Heller nel libro *Less is more: The New Simplicity in Graphic Design* che alla fine degli anni Novanta si stava ritornando a una sorta di neo-modernismo, una pulizia formale necessaria dopo la destrutturazione di alcune figure come David Carson, Neville Brody, lo studio Tomato, eccetera; una reazione a mio avviso alla bulimia di segno che c'era negli anni precedenti a cui non eravamo poi così tanto abituati, una sorta di involontario accelerazionismo. Heller afferma l'esigenza del ritorno senso dell'ordine, utilizzando il terzo punto del Canone di Vignelli, quello della pragmatica, che tratta della verifica della comprensibilità del messaggio, sostenendo che pur avendo smontato tutto, se in quel caso serviva smontare tutto, il messaggio è ancora comprensibile è ok. Dove voglio arrivare, che per me le cose tutte ordinate con la tipografia perfetta senza la caratteristica dell'espressività diventano noiose, qui si inserisce il mio approccio al progetto grafico.
Heller nell'introduzione di quel libro dice proprio questo, che c'è bisogno di un po' di ordine di nuovo, perché non possiamo continuare a smontare tutto dopo gli anni Novanta, ma non dobbiamo immaginare un ritorno pedissequo del modernismo; ritorna ma adesso siamo consapevoli di possedere delle armi e dei metodi in più per comunicare. Quindi adesso siamo in un momento teoricamente positivo, ma poi c'è il problema dell'espressività di cui parlavamo prima, perché ci sono un sacco di cose interessanti che però più di tanto non comunicano perché molto simili tra di loro.
Per concludere continua a piacermi tantissimo Josef Müller-Brockmann, ma senza Chip Kidd non so stare.
Come risultato io mi sento figlio del mio tempo e sono contento di poter usare tutti gli strumenti idonei alla mia professione.
L'espressività significa per me saper raccontare storie, narrare qualcosa attraverso l'immagine o la tipografia, soprattutto quando si lavora in ambito editoriale come nel mio caso.

P. Quando ha iniziato a lavorare come progettista grafico, qual era lo stato della strumentazione tecnologica a sua disposizione?

M. Primitive. Passo in rassegna molto velocemente gli strumenti a mia disposizione. Non esisteva lo scanner, se non a un certo punto a così proibitivi, tra l'altro non erano piani, ma cilindrici, altrimenti si fotografa tutto. Infatti una reprocamera era presente in quasi tutti gli studi negli anni poco prima all'avvento del digitale e anche successivamente. Quando sono stato da Glaser tra il 1978-79, c'era in studio una reporcamera in camera chiara, cioè la macchina aveva un coperchio, quindi si infilavano le mani con l'immagine o l'oggetto da riprodurre, poi le toglievi e si avviava il processo di sviluppo. Era evidente che c'era una tale protezione dalla luce che non era necessario avere una stanza oscurata.
Poi c'era la fotocopiatrice, se ci penso la mia prima acquistata era a due elementi, infilavi i fogli in un doppio cilindro e solo dopo che questi si erano scaldati avveniva lo sviluppo, aprendo lo sportello avevi ottenuto la tua fotocopia, altrimenti c'erano le fotocopiatrici dell'azienda Xerox, ma oltre ai costi elevati aveva degli ingombri enormi, improbabili per gli spazi che possedevo.
Queste due strumentazioni erano dedicate all'elaborazione delle immagini esclusivamente in bianco e nero, quindi a un certo punto verso la fine degli anni Settanta sono nati dei centri di reprocamera che fornivano delle copie a colori, era una fotografia vera e propria su pellicola fotografica e non una fotocopia. Era l'automatizzazione di un processo di sviluppo della pellicola e potevi dare al soggetto all'incirca la dimensione che volevi, quindi potevi ingrandirlo o rimpicciolirlo.
Poi sempre verso la fine degli anni Settanta, più nei primissimi anni Ottanta sono cominciati ad apparire le prime fotocopiatrici con scale fisse di ingrandimento e riduzione, ma tutto questo non lo potevi avere in studio o in casa, perché davvero i costi della strumentazione elettronica erano proibitivi. Infatti c'è una cosa molto trasversale da dire che è accaduta in quegli anni lì – anni Ottanta – qualcuno avrà fatto anche fortuna, ma la maggior parte dei laboratori di fotolito che sono passati dall'acidatura manuale delle pellicole all'acquisto di scanner, di sviluppatrici, eccetera, parallelamente – avendoli vissuti – anche nell'ambito musicale stessa cosa, incominciavano ad uscire dei bot traccia sempre più sofisticati e poi nei primi anni Ottanta è arrivato il registratore digitale, con un banco analogico. Beh, tutta quella gente che è corsa ad acquistare la nuova strumentazione digitale per operare una trasformazione nel suo commercio è finita male, tutta o quasi, perché poi a un certo punto lo sviluppo del sistema operativo dei computer Apple, determinante nell'ambito della grafica e della musica, ha portato presto delle macchine potenzialmente avanzate che svolgevano lo stesso lavoro a prezzi più contenuti rispetto alle attrezzature più sofisticate. Quindi chi si era impegnato subito a cambiare l'operatività da esclusivamente manuale a digitale probabilmente è riuscito ad ammortizzare i costi affrontati, poiché se dovevo andare in fotolito o dal fotocompositore la mia prenotazione aveva un costo orario, che doveva rientrare nella mezz'ora visto il prezzo eccessivo dell'ora. Perciò io in mezz'ora dovevo comunicare velocemente ciò che desideravo. Invece le realtà commerciali che hanno effettuato il passaggio successivamente, quindi fa contro tra il 1983 e il 1986, non sono riusciti ad ammortizzare i costi di quei macchinari, perché nel giro di pochissimo tempo sono diventate obsolete, anche grazie all'introduzione di software sempre più sofisticati.
Dunque fino alla metà degli anni Novanta ci si porta dietro una modalità di produzione e lavoro che sta ancora a metà, tanta prassi progettuale tradizionale nell'elaborazione delle immagini che si evolve col tempo – la situazione giapponese in quegli anni era molto più avanzata –, immagina quanto potesse costare realizzare esternamente un segno grafico vettoriale colorato.
Invece tipograficamente, quando ho incominciato a lavorare, funzionava ancora il piombo, composizione a mano dei titoli e poi sono arrivate le veline. Il passaggio dal tipografico all'offset è stato in pratica stampando il testo, facendo una prova del testo in piombo, e poi fotografandolo oppure utilizzando delle pellicole a contatto che poi venivano montate su lastra. Quindi questa transizione ha sofferto il poco sviluppo o la mancanza della fotocomposizione, che comunque non ha nulla a che fare con la composizione digitale, è il passaggio di mezzo. Intendo dire che i centri di fotocomposizione in Italia erano davvero poco diffusi sul territorio. E le prime macchine di fotocomposizione avevano una tastiera che non facilitava il processo di composizione dei testi, che purtroppo molti confondono con la digitalizzazione dei caratteri. Il resto del lavoro veniva svolto manualmente con strumenti di cancelleria.

P. Quindi il ritardo della diffusione del digitale sul territorio italiano da cosa è stato dovuto?

M. In parte credo era dovuta all'arretratezza tecnologica, ma per me è stato un ritardino di qualche anno, non stiamo parlando di un decennio. I giapponesi erano tecnologicamente avanzati perché dopo la sconfitta del secondo conflitto bellico, hanno deciso di incanalare le risorse della nazione nella ricerca e non nell'ambito bellico. Infatti i marchi Sony e Mitsubishi vengono da lì.

P. Prima ha accennato alla sua esperienza statunitense presso lo studio di Milton Glaser tra il 1979 e il 1980, quanto questa ha influenzato il suo approccio all'avvento del digitale? Mi spiego meglio, l'avanzamento tecnologico degli Stati Uniti ha in un certo qual modo avuto un'influenza sul suo lavoro rientrato in Italia?

M. No, sinceramente no. Là ho avuto modo di esperire laboratori migliori per qualità e velocità, ma anche lì ancora non c'era traccia del digitale.

P. Quindi che cosa ha significato per lei l'avvento del digitale nella sua professione?

M. Ho vissuto questo passaggio in due ambienti sia in quello del progetto grafico sia in quello musicale. Per me è stata una felicità immensa. Ti faccio un esempio: la purezza di una riproduzione è auspicabile e necessaria sempre, ma il difetto nella creazione di un'immagine o di un suono espressivo resta fondamentale. Il difetto non è un glitch, non può esserlo, a parte dei brevi episodi che riguardano un piccolo ambito, però generalmente per fare quello che fai devi riprodurlo bene nella musica. Però pensa bene che anche se prendiamo una Polaroid è un'immagine con una grande espressività, ma non è la riproduzione esatta della realtà. Ho passato la vita col Polaroid Polaprinter ha prendere le diapositive fotografiche, che avevo fatto o che qualcun altro aveva fatto quindi possibili immagini fotografiche perfette, e trasformarle e stamparle in versione Polaroid. Perciò ho passato una vita a cercare effetti di questo tipo, poco perfette, era come avere una macchina Xerox, intuendo velocemente che lavorava effettuando quattro passaggi e capendo che non appena spostavi un pelino il foglio/il soggetto potevi ottenere un fuoriregistro dei colori, un effetto visivo indesiderato, ma perfetto nella sua ruvidità. La fotocopiatrice è stata davvero importante, mettendo a posto la libreria ho ritrovato dei lavori interessanti realizzati con l'immagine fotostatica. Ecco, tutto questo all'inizio non si comprendeva.
Cosa accadeva ad esempio nella musica, che lavoravi bene anche in analogico facendo anche molta fatica ad eliminare i fruscii, a non rovinare il nastro, stando bene attendi a fare più copie, quindi i tempi si dilatavano, poi finivi il mix andavi a fare la lacca che generava la matrice per realizzare il vinile e scoprivi che dovevi rinunciare a un sacco di frequenze, perché fisicamente nel disco non ci stavano, quindi ecco il parallelo. È come riprodurre a mano un'immagine a 100 colori e riprodurla digitalmente con una scansione 100.000, la proporzione non sarà esatta, ma rende l'idea.
Ti faccio un altro esempio, a partire dalla fine degli anni Settanta fino alla metà dei successivi, quando volevi mettere dei retini colorati al progetto non potevi scegliere il 52% di ciano o il 57% e determinare la composizione così via, no, perché il retino delle immagini era una riproduzione meccanica, ossia un cerchio di queste dimensioni (fa dei segni con la mano) che veniva impressionato su una pellicola e funzionava seguendo la numerazione decimale dei colori, forse c'era un 5%, ma non credo. Poi capire che la scelta dei colori era ridotta al minimo, quindi quale pazzo poteva rimpiangere un'operazione del genere, nessuno!
L'unica cosa che ho rimpianto non per me, ma per i miei studenti o i miei ragazzi in studio è il non essere abituati a pensare tanto a un'idea prima di metterla in pratica, l'unica cosa che mi ha dato l'esperienza della prassi analogica, segnandomi, era che il procedimento esecutivo era talmente lungo che ci dovevi pensare almeno 50 volte. Io per realizzare una scritta prima che uscisse il dispositivo Omnicrom, macchina a caldo che permetteva attraverso dei fogli colorati di lasciare giù il colore sul toner della fotocopia, quindi potevo ritagliare quello e incollarlo in un layout. Ma prima di questa macchina io dovevo disegnare il carattere a mano, magari con l'aiuto di una reprocamera a secco lo ingrandivo e lo coloravo con la tempera, cioè un passaggio lungo. Ma prima di arrivare a questo facevi tutti i tentativi del mondo per dare forma a un'idea, che dovevi prefigurarti nella testa, era una sorta di immagine eidomatica, una grande palestra per l'immaginazione. È stato un passaggio importante perché con la macchina devi avere un rapporto di prevalenza. Si può citare impropriamente Albert Eisten:
"I computer sono incredibilmente veloci, accurati e stupidi. Gli uomini sono incredibilmente lenti,
inaccurati e intelligenti. L'insieme dei due costituisce una forza incalcolabile." Io mi sono riconosciuto spesso in questo aforisma, perché serve la praticità, la pulizia, la precisione, però poi è più importante l'espressività della manualità.

Attualmente il campo che investe maggiormente negli avanzamenti tecnologici è il cinema, perché ha un giro di soldi che permette di investire nella ricerca della strumentazione per l'elaborazione delle immagini e per la produzione della musica.

P. Quindi il suo passaggio dall'analogico al digitale è stato repentino o è avvenuto un po' alla volta?

M. Il mio atteggiamento verso il digitale non è stato così traumatico, perché io lavoravo tanto quantitativamente e guadagnavo altrettanto da permettermi di comprarmi la macchina fotografica Minox per averla sempre con me in tasca, la fotocamera Gemini Widelux per realizzare le panoramiche, le fotocopiatrici a colori e le tavolette grafiche della Canon da collegare direttamente alla stampante, l'Omnicrom, la reporcamera idem per gli strumenti della scena musicale. Per lo studio ho comprato sempre tutto, a volte anche sbagliando, ma ero un fanatico della modernità, andavo anche a Londra a comprare gli strumenti necessari per fare musica.
Per un periodo ho avuto anche un socio, Ferruccio Montanari, e con lui a volte abbiamo comprato i dispositivi in società.
Piuttosto è stato difficile nei primi anni utilizzare certa strumentazione e mi sono affidato ai collaboratori interni dello studio che sapevano già usarlo. Poi mi sono accorto che usare il programma QuarkXpress non era così difficile così come Illustrator e ho iniziato ad utilizzare. Inoltre ho constatato che se hai delle idee ben chiare e sai cosa vuoi, non è così difficile imparare ad utilizzare i software. Sicuramente era abbastanza facile per chi è nato negli anni Ottanta e Novanta.
All'inizio appunto guardavo come lavoravano i miei ragazzi dello studio e ho imparato. Ti confesso che inizialmente, anche in maniera un po' presuntuosa, ero orientato a un pensiero semplice, quello di avere dei collaboratori ed ero io il detentore delle idee e colui che si rapportava coi clienti, quindi potevo continuare a usare ancora solo la matita, ma poi mi sono chiesto se non fosse più semplice realizzare alcune operazioni al computer velocizzando i tempi e limitando gli errori di riproduzione. Perciò l'ho vista come una cosa positiva quella di approcciarsi al computer.

P. L'avvento del computer e della strumentazione digitale ha mutato la sua metodologia progettuale?

M. Si è velocizzato tutto, i processi, eccetera. Il rovescio della medaglia di questo fenomenale fenomeno sta nel fatto che sono cambiati i tempi anche nella testa dei committenti, che di solito non hanno ben chiaro cosa significa la nostra professione.
Ipotizzando che accelerando i tempi di produzione col computer si acceleri anche la produzione delle idee.
La restrizione dei tempi, secondo me, ha portato anche a una restrizione delle competenze. La tecnologia si è sviluppata, ma la macchina deve essere guidata e se non ci sono le competenze comunque ci sono delle falle.

P. Ci sono progetti firmati da lei che ritiene possano raccontare bene l'avvento del digitale nella progettazione grafica di quegli anni? Se sì, me ne descriva alcuni.

M. Questa è una domanda difficile, molto più sofisticata di quello che sembra. Se deve avere a che fare con gli anni Ottanta, posso dirti che ad esempio questo – stiamo guardando la copertina dell'album di Battiato *Patriots* – la campitura è fatta a mano coi i retini della Letraset, poi però quando andavi in esecutivo dovevi inserirli con l'ausilio del fotolitista. Anche per fare anche questo (...), questa è una polaroid dipinta successivamente con pennarello, questo intendo anche per espressività.
Altro lavoro interessante pre-digitale è questo lavoro in cui l'immagine è stata realizzata utilizzando il taglierino su un foglio di Ulano GFR, retino rosso fotografico adesivo che non lasciava passare la luce, ma ti permetteva di poter vedere sotto, quindi si posizionava l'Ulano su un foglio di acetato, Astralos, una lastra. Il procedimento consisteva nel tagliare la pellicola di Ulano che laddove veniva rimossa impressionava la lastra sul quale era poggiato. Poi il colore all'immagine veniva dato fermando la macinazione laterale dei rulli del calamaio, in questo modo si ottiene la colorazione mescolata di due colori differenti – la tecnica dello *split-fountain* americana –, in questo modo i manifesti riprodotti non saranno mai uno uguale all'altro.
In quest'altro caso ti mostra l'esecutivo realizzato a mano in cui ho utilizzato fotocopie incollata, parti ridisegnate a mano con la china, fatto fotografare, stampato su una carta e poi dipinto su un aerografo, in questo caso avrei preferito avere un computer.
Nel 1982 per l'album *L'Arca di Noè* ho continuato a usare tecniche miste la fotografia di un poster che avevo comprato durante un viaggio rappresentazione del monte Ararat, ritagliata a assemblata con la solarizzazione di un'altra fotografia oppure utilizzavo molto la doppia esposizione fotografica. Non sto rispondendo alla tua domanda, lo so.
Ah, adesso ricordo, prima non abbiamo parlato dei fogli di Letraset, un ulteriore strumento utilissimo per la composizione tipografica, che utilizzavo soprattutto per comporre le titolazioni, come in questo caso (continua a mostrare copertine di album musicali).
Altro album di Battiato per cui ho utilizzato tecniche fotografiche particolari è l'album *Mondi Lontanissimi* del 1985, il risultato che vedi è frutto di due carousel per proiettare da dietro le due immagini che poi fotografavo e questo è il risultato, la proiezione contemporanea di due diapositive.
Il primo lavoro che a mio avviso rappresenta l'introduzione del digitale è l'album *Fleurs* (1999), il computer imitava l'espressività manuale dei miei precedenti lavori. Tra l'altro l'immagine era stata pubblicata in una forma diversa, perché c'era un taglio netto del soggetto che non era piaciuta alla casa discografica, rappresentava un'imperfezione. A mio avviso questo lavoro racchiude l'approccio di quegli anni, ossia si utilizzava il computer per imitare ciò che si faceva in analogico, realizzandolo meglio, quindi mi stai proprio portando al momento del cambio del pensiero progettuale. Non poni questioni così semplici.

P. Che rapporto ha avuto con la tipografia digitale? È aumentato il numero di caratteri a sua disposizione?

M. Bisogna partire un po' più da lontano dagli anni Settanta, il problema dei grafici era il fatto che la qualità dei caratteri era legata alla qualità della tipografia. C'erano i linotipisti che però difficilmente avevano delle aziende proprie, spesso le tipografie delle case editrici custodivano gelosamente i loro linotipisti, finché non morivano di saturnismo. Quindi non sempre il committente lasciava la libertà di scegliere la tipografia a cui rivolgersi, seppure mi è capitato di suggerirne di diverse, perciò non si era poi così autonomi o liberi di scegliere il meglio.
La qualità e la sensibilità del tipografo determinava la differenza, perché uno serio e colto comprava l'Helvetica direttamente dalle fonderie in Germania, il Simoncini Haas, ma gli altri acquistavano il Permament o altri caratteri che erano rifacimenti degli originali.
Il passaggio dal fotocomposizione alla tipografia digitale è stato strepitoso, perché finalmente c'erano un Helvetica o un Times perfetti, e poi soprattutto quando si ingrandiva il carattere non perdeva di dettaglio. Anche se come ben saprai i caratteri migliori erano disegnati più volte, per avere dimensioni diverse e conservare appunto la nitidezza dei dettagli a qualunque dimensione.
La fotocomposizione è stata una tecnica meravigliosa, ma era molto scomoda perché poi le correzioni bisognava farle con lo stripping, grattando via e rincollando la lettera che era sbagliata. Quindi dovevi comunque prendere le strisciate della fotocomposizione e tagliarle per riposizionarle nella gabbia dell'esecutivo, poiché non c'era la pagina completa, ma solo blocchetti di testo. Dovevi sempre aggiungere gli elementi, il progettista grafico dava degli elementi al montaggista dell'esecutivo che aveva il compito di creare la pagina che faceva parte del sedicesimo o del trentaduesimo e così via. Però c'è da dire che normalmente se io mi recavo da un fotocompositore a Milano possedeva più di trenta caratteri, massimo quaranta, ma se andavo da uno più bravo che voleva dire anche essere una realtà più piccola possedeva solo cinque caratteri, cioè aveva i caratteri menzionati da Vignelli.
Se volevo fare qualcosa di originale dovevo aspettare che uscisse, perché non potevo comprarlo io, poteva acquistarlo solo il fotocompositore. La novità del carattere digitale sta proprio nel fatto che, anche se all'inizio non c'era molto, potevo comprarli io in autonomia. I caratteri di sistema sono sempre stati gli stessi e modesti, soprattutto prima degli interventi di Matthew Carter.
Quindi è accaduta una scemenza di cui ho iniziato ad abusare, ma come me anche molti altri, ossia utilizzare il carattere digitale strecciato e non mi pento di quello che ho fatto, perché faceva parte del processo di esplorazione e poi mi sono divertito a realizzare degli extended o degli ultra thin, oppure mi sono anche divertito a dare cambiare la spaziatura del Times per avvicinare le lettere.
Poi ero molto affascinato dalla scena tipografica americana, a me piaceva tantissimo il Basic Commercial, cioè per me gli americani hanno sviluppato una cultura tipografica eccezionale dalla fine dell'Ottocento in poi. L'ambito editoriale statunitense è forte anche per questa ragione.
Poi sono anche un autodidatta dal punto di vista tipografico, quindi mi sono formato soprattutto acquistando i libri più rari sulla grafica.
All'epoca, negli anni pre-digitali si usava anche un'altra tecnica di cui mi sono appena ricorda, si andava in fotolito non per realizzare il lavoro completo, bensì si chiedevano le pellicole o gli ingrandimenti cartacei parziali che poi si montavano in autonomia in studio. Era un lavoro che richiedeva ai progettisti di essere un

po' più tecnici e in questo modo il protagonista assoluto dello studio di un progettista era il tavolo luminoso perché si lavorava soprattutto per trasparenza. Cioè molti dei miei lavori dal 1979 al 1983 sono fatti a mano e poi ritoccati, tutti realizzati nello stesso modo.

P. Quando ha iniziato a utilizzare il computer? Ricorda che modello ha usato?

M. Dal 1990 inizio a lavorare maggiormente al computer, ma in realtà avevo già iniziato nel 1988 progettando i due album di Alice, *Mélodie passegère* (1988) e *Il suono nella pioggia* (1989). Nel 1991 utilizzavo comunque ancora tecniche integrate nei miei lavori, questo per esempio è un progetto realizzato attraverso lo sviluppo di una Polaroid consegnata al fotolitista, a cui indicavo parti che sarebbero andate in negativo.
Il mio progetto era composto di tanta tecnica mista, quindi dovrei risalire a qual è stato il primo album che ho interamente realizzato a computer.
Altro album fatto al computer è stato quello di Fabio Concato, *Giannutri*, del 1990.
Ecco, ti confermo che per me il computer è stato più una macchina per sovrapporre linguaggi e realizzare in maniera più perfetta e veloce ciò che avevo già chiaro nella mia testa.
Nella prima edizione de *Il nome della rosa* di Umberto Eco pubblicata dall'editore Bompiani ho utilizzato il *blur* nell'immagine, tipica espressione degli anni Novanta.
Mentre alla seconda domanda non so rispondere, perché sinceramente non ricordo.

P. Come definirebbe la scena grafica italiana della seconda metà degli anni Ottanta e quella degli anni Novanta? Vorrei anche capire come, secondo lei, hanno reagito i grafici italiani all'avvento del digitale. Se la sente di esprimere una sua opinione?

M. Secondo me, non si possono fare i conti senza i fornitori e senza i committenti, mai nella nostra professione. Parto da una storia più recente, sono stato per diversi anni art director del gruppo RCS, finché è stato possibile l'ufficio grafico ha continuato a utilizzare il software QuarkXpress, solo quando non è stato più possibile sono passati a Indesign, attorno al 2013 se ricordo bene.
Quello che voglio dice è che il cambiamento deve avvenire in un'intera filiera, perché se un pezzo non era pronto, non si divulgava facilmente la cultura del digitale. Perché se un progettista preparava un esecutivo digitale su un supporto e poi arrivato in tipografia non c'erano i dispositivi necessari, l'avanzamento tecnologico può anche essere andato avanti, ma un pezzo della catena di produzione no e quindi creava dei rallentamenti.
Provenendo anche dall'ambiente musicale il cambiamento c'è solo nel momento in cui tutta la filiera è pronta. Il cambio della tecnologia va bene, a me ha entusiasmato moltissimo, ma devo chiedere sempre ai tipografi se impiegano strumentazioni nuove.
La mia impressione è sempre quella, riguarda l'immagine che è il mio mondo, ma anche quello della musica, cioè che all'inizio ti prendi una sbornia, ma poi ascolti e poi riguardi e ti rendi conto che forse era meglio ciò che veniva prima. Ci è voluto un bel po' di tempo per capire cos'era meglio fare in un modo e cos'era meglio realizzare in un altro, facendo riferimento soprattutto ai procedimenti.

P. Secondo lei, i progettisti grafici italiani erano consapevoli del dibattito internazionale che si stava tenendo negli anni Ottanta e Novanta?

M. Non so se risponderò alla tua domanda, parto da una riflessione condotta nel mondo della musica. Ho visto un bellissimo documentario sottotitolato, parafrasando dall'inglese, *Perché la musica è cambiata così tanto negli anni Ottanta* – forse del 2015 –, tra gli intervistati c'erano tutti i più grandi e uno in particolar modo, Trevor Horn, bassista e produttore britannico famoso negli anni Ottanta, afferma che in quegli anni è stato possibile il cambiamento nell'ambito musicale semplicemente perché Robert Moog è riuscito a fare il synth polifonico, perché fino a quel momento tutti i synth erano monofonici e potevi suonare una nota alla volta. Nel caso del synth polifonico persino quattro o cinque note alla volta. Quindi a quel punto se il suono sintetico funzionava e il ritmo diventava meccanico, è stato lo strumento stesso a portare i compositori a lavorare in un certo modo. Questo mi porta a dire che è stata la macchina a cambiare delle cose, così i caratteri strecciatissimi non sarebbero stati possibili né si sarebbero diffusi così tanto se non ci fosse stato il computer.
Mentre il vero uso del computer nella maniera più importante a mio avviso l'hanno fatto April Greiman e David Carson, nello specifico quest'ultimo si è messo a rompere e a smontare tutti i caratteri, quindi usa il computer per decostruire in maniera opposta al senso di ordine che avrebbe dovuto restituire l'uso della macchina più precisa per eccellenza. Lo stesso vale per i lavori di Neville Brody che prende l'Helvetica, lo sfoca e poi lo rasterizza nuovamente per farlo diventare vettoriale tutto 'gonfio'. L'operazione di Brody è ragionata, perché il suo intento finale è quello di cercare nuove forme tipografiche, smontando o modificando quelle già esistenti.
Tutti i *cut-off* che sono stati fatti ai caratteri derivano dall'uso del computer.
La tipografia ha avuto l'impulso più forte con il computer, perché tutte le cose di cui abbiamo parlato erano impossibile chiedere di farle a un altro, ad esempio al fotocompositore, quindi diventava una strada impraticabile.
Tutto l'insegnamenti che ho avuto dai maestri, che mi sono inventato e ho cercato io, mi hanno portato a ragionare e a dire che la macchina era uno strumento per realizzare delle idee, ma non a suggerirle.
Aggiungo che il *New Alphabet* di Wim Crouwel è stato disegnato sulla carta millimetrata, idem per il primo carattere bitmap di Susan Kare, perciò sulla macchina prevale sempre il pensiero dell'uomo. È solo un nuovo linguaggio.

P. Consultando diversi articoli di Carlo Branzaglia pubblicati nella rivista *Linea Grafica* emerge la tesi che i progettisti italiani più vicini all'ambiente delle sottoculture usavano espressioni simili alla grafica New Wave inglese. Quindi le chiedo, se secondo lei, si può realmente parlare di una grafica New Wave italiana?

M. Tanta roba di quel periodo a me non piace, non l'ho mai apprezzata, ma inserisco anche i miei lavori. Secondo me, non è esistita la New Wave grafica italiana, perché funzionava negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e in Olanda.
Forse ciò che dice Branzaglia potrebbe essere vero se fa riferimento a certi fenomeni circoscritti nel bolognese, inserendo anche il gruppo di Lorenzo Mattotti, *Valvoline*.
Per me in quel periodo l'editoria e la scena della grafica musicale è milanocentrica, quindi il mio riferimento è Mario Convertino (1948-1996).
Negli anni Ottanta ho lavorato tanto per la casa discografica PolyGram, acquistata dalla Philips che avevano prodotto l'hardware assieme alla concorrente Sony per passare la musica dai vinili ai cd. Proprio alla PolyGram ho conosciuto meglio Convertino, che credo avesse una mentalità molto più aperta rispetto allo scenario provinciale dell'Italia di quegli anni.

▶ via mail
08.04.2019

La chiacchierata di sabato mi ha fatto riflettere su alcune cose. Giusto che alcune tue domande fossero un po' ardue per me – la tua è una ricerca –, ma non lo erano perché incomprensibili, anzi, ma perché portavano in campo elementi sui quali non mi ero mai soffermato a riflettere.

Ora, più in sintesi, col senno del giorno dopo, mi sentirei di confermare che l'ingresso del computer con i giusti software – l'altro ieri non abbiamo parlato di quanto erano inadeguati e limitati all'inizio, pensa solo a PageMaker! – ha fondamentalmente cambiato il modo di lavorare:
1. permettendo di abbreviare i tempi di lavorazione relativamente agli esecutivi;
2. rendendoli più precisi! Solo la possibilità di usare un filetto sottile 0.25 era già una rivoluzione;
3. facilitando tutte le ripetizioni meccaniche;
4. usando anche la gabbia con maggiore facilità e precisione;
5. impiegando finalmente le varianti tipografiche in modo più concreto e verificabile;
6. definendo i colori con maggiore precisione (collegamento Pantone e Toyo palette con Mac);
7. elaborando immagini con effetti prima non possibili da stimare;
8. sviluppando il linguaggio del segno vettoriale (a questo collego la questione della polifonia nei synth);
9. ma soprattutto permettendo di controllare da soli i processi progettuali.

Ma, se devo pensare ad un uso creativo del computer, quindi non alla sua capacità di aiutarci a semplificare, ma a creare, credo serva arrivare a tempi più recenti in cui sono avanzati molto lo sviluppo e l'uso degli algoritmi. Quindi penso alla grafica generativa e alle aree in cui è stata applicata, compresa quella dell'infodesign. Ecco, questo modo di usare il computer è finalmente diverso perché viene attribuita alla macchina la responsabilità di 'pensare'. Penso anche agli studi di John Maeda, penso alle Poemotion di Takahiro Kurashima.
Perché credo che fino ad un certo punto l'avvio all'uso del computer in uno studio sia stato come l'apparizione dell'automobile nella società; lo dico nel senso che con un'automobile si può viaggiare comodi, velocemente e relativamente sicuri, però il luogo di destinazione e la strada da percorrere sostanzialmente li decide comunque l'autista. Un computer in uno studio è servito a fare meglio, molto meglio e incredibilmente più velocemente quello che si aveva comunque in testa.
Naturalmente ci sono state tutte le eccezioni del caso – sabato abbiamo nominato Neville Brody, lo studio Tomato, David Carson, eccetera – ma non era la macchina a pensare.

Quindi mi pare di poter concludere che tra il 1985 e il 1995 il più delle cose fatte apparteneva – nel mio caso di sicuro – al primo passo, alla prima fase.

Adesso invece molti grafici aiutano i clienti generando anche sistemi di programmazione per facilitare, ad esempio, la realizzazione di codici per accelerare l'aggiornamento di listini complicatissimi. Questo sì è – giusto o sbagliato lo si ritenga – un nuovo modo di pensare e fare. Ma, prima, nella fase temporale di cui abbiamo parlato si trattava più semplicemente di uno straordinario miglioramento delle condizioni di lavoro e della sua precisione, anche economi-camente e persino da un punto di vista sanitario – tipografia 'a caldo'=piombo=saturnismo che era diffuso anche negli anni Settanta –. Non credo che qualche facile sovrapposizione di immagini, come si faceva con una doppia esposizione o usando un sandwich di slide, qualche scontorno o generazione di un tracciato vettoriale siano stati così rivoluzionari.
Nella musica invece l'avvento del computer ha prodotto maggiori e radicali cambiamenti – generazione e trattamento del suono – come del resto già l'introduzione del suono di sintesi aveva determinato.

Non so se tutto ciò ti servirà, ma mi ha fatto piacere stamattina 'riassumere' un po' le idee.

Ciao! FM

Alessandra Morcella

progettista grafico
▶ via Skype
21.05.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto.

M. Io mi sono diplomata al liceo linguistico, perché dovevo fare l'interprete. All'epoca puntai molto i piedi con i miei genitori sulla scelta del percorso formativo da affrontare. Di mio avrei voluto frequentare la scuola d'arte a Urbino, perché io sono di Fano, ma non ci fu verso perché allora, sono stata la prima nella mia famiglia a frequentare le superiore. Sono sempre stata l'outsider di tutta la famiglia, per le scelte fatte ho preso proprio la tangenziale di Sukhova, che è una periferica giapponese [risata].
Perciò è stato molto complesso per me riuscire a portare avanti i miei sogni. Con fatica appena uscita dal liceo ho cercato di capire se ci fossero scuole adatte a ciò che volevo diventare, una grafica o un'illustratrice, ma all'epoca l'unica realtà a me vicina era l'ISIA di Urbino e non mi sentivo in grado di partecipare, da un lato perché non avevo avuto una formazione adeguata dall'altra perché provenivo da una famiglia non agiata e non potevo permettermi di essere una studentessa fuorisede, dovevo fare la pendolare.
Quindi mi sono iscritta all'università, nello specifico al Corso di Lingue, e nel contempo trovai un corso professionale di grafica ad Ancona: era un corso biennale di tecniche, un diploma di tecnico della comunicazione visiva – oggi si chiama scuola professionale –. Ho cominciato così a fare questo percorso da Fano ad Ancona tutte le mattine, perché c'era l'obbligo di frequenza, e poi il pomeriggio mi recavo a Urbino per frequentare le lezioni universitarie. Sono durata circa sei mesi e poi a quel punto ho preso una decisione netta, quella di trasferirmi Ancona per trovare lavoro come grafica.
"Vedrai, non troverai un lavoro!" mi è stato ripetuto diverse volte dalla mia famiglia, perché la professione come progettista all'epoca era una cosa veramente élite o per pazzoidi. In una famiglia simil-operaia come la mia era inimmaginabile che la propria figlia potesse fare il grafico!
A dispetto di tutti ho terminato questo corso che chiaramente oltre ad avermi fornito un po' di basi, mi ha spinta sempre più a diventare una grafica,. Così ho fatto un anno di praticantato presso una pittrice a Riccione, che si occupava soprattutto di lettering e insegne. In quel periodo ho imparato: a dipingere con il bastone le lettere; a disegnare qualsiasi tipo di insegne; a realizzare le insegne sui vetri. Nel mentre sono venuta a conoscenza dell'esistenza di un corso di tecnica di Comunicazione pubblicitaria per il turismo finanziato dalla Comunità Europea, tenuto da una serie di professionisti di spessore di Rimini, tra cui la famiglia Casali, che all'epoca possedevano un'agenzia molto grande, diretta competitor dello studio di Massimo Dolcini. Quest'ultimo arrivò un giorno a fare un intervento esterno, oltre ad infiammare tutta la classe, come da sua abitudine, mi sorprese molto per la sua ironia e di lì è scattata in me la molla, che mi spinse a chiedergli un passaggio in macchina, dato che sapevo benissimo chi fosse e da dove veniva, lui doveva tornare a Pesaro e io a Fano. A fine lezione ho preso il coraggio e gliel'ho chiesto, non dimenticherò mai la sua risposta
«Sì sì, non ti preoccupare, vieni pure!». In quel percorso di circa venti-trenta minuti abbiamo parlato tantissimo e gli ho raccontato della mia voglia di migliorarmi come grafico, molto probabilmente è riuscito ad intravedere la lucetta nei miei occhi, la mia passione, a tal punto che dopo una settimana, mi ha chiesto di presentarmi nel suo studio per una settimana di prova. Tieni conto che lo studio Dolcini riceveva mediamente al mese trenta curricula di progettisti che desideravano lavorare da lui! Quindi posso dire di aver avuto una botta di fortuna astronomica e praticamente il mio personale corso di studi è stato il lavoro svolto lì dentro per sette lunghi anni. Praticamente da Dolcini ho imparato da zero, facendo una gavetta professionale ed economica impressionante. I primi sei mesi sono stata pagata a zero lire, i sei mesi successivi sono riuscita a sopravvivere con circa i nostri attuali duecento euro, un anno dopo ho guadagnato il doppio, ossia quattrocento euro, l'anno dopo sono riuscita ad arrivare a uno stipendio del corrispettivo di mille euro fino ad arrivare alla fine che guadagnavo quasi duemila euro al mese.
è stato un percorso personale duro, in cui ho avuto la grande possibilità di apprendere il lavoro, imparare il mestiere ad alti livelli, cosa concessa a pochi. I livelli dello studio Dolcini per me restano alti anche a distanza di anni visti i clienti importanti di allora, tra cui l'azienda Scavolini e altri di cui non ricordo il nome, tieni conto che si collaborava ancora con alcuni Comuni, quindi nell'aria c'era ancora la faccenda della grafica di pubblica utilità. Su Massimo veniva dall'ISIA, era stato allievo di Steiner, aveva avuto una formazione rigorosa, quelle che dovremmo avere tutti a mio avviso. Nonostante questa sua formazione, non mi ha mai insegnato niente direttamente, definirei il mio un apprendimento indiretto. Il rapporto tra noi due è stato complesso, siamo stati molto amici, ci siamo voluti bene ed è stato veramente una persona di riferimento per me, nonostante la differenza di età e il fatto che fosse il mio datore di lavoro. Gli ho voluto molto bene, anche se veramente era difficile e scorbutico sul lavoro, aveva il suo studio da mandare avanti e basta. Massimo era una persona complessa, però con un cuore grandissimo. Tieni conto che noi avevamo il meglio delle attrezzature di qualsiasi tipo, dalla strumentazione analogica a quella digitale fino a una camera oscura nello studio. Quando sono entrata nello studio Dolcini si lavorava ancora soprattutto in analogico.

P. Ricorda specificatamente in che anno è entrata a far parte dello studio di Dolcini?

M. Ho un vuoto... non lo so, non mi ricordo. Io sono del 1965, alla fine corso di Rimini sono uscita che avevo diciotto anni... sono entrata che ne avevo ventidue anni... quindi fai il calcolo tu.

P. Direi che è entrata nello studio Dolcini precisamente nel 1987.

M. Ecco, esatto, sì! Tra il 1987 e il 1988. Quando sono entrata nello studio Dolcini si lavorava in analogico. Per farti capire come era Massimo sul lavoro e quanto investiva nelle attrezzature, ti racconto un aneddoto: «Conosci i fogli trasferibili Letraset? Allora, un foglio letraset costava all'incirca trentamila lire, come cinquanta euro di adesso, più o meno, come costo. Noi avevamo una scaffalatura a cassettini di un metro e mezzo solo di questa tipologia di materiale e considera che ne utilizzavamo moltissimi quotidianamente. Io potevo andare in giro con la valigia della fotocamera Hasselblad con tutti gli obbiettivi per fare i ritratti di famiglia che servivano per i poster. Tutti, non solo io». Avevo a disposizione due macchine fotografiche, tutti materiali e strumentazione di prima qualità e il patto con Massimo era questo coi suoi dipendenti: «Voi per tutto il tempo dell'orario di studio – normalmente anche di più, perché eravamo tutti molto appassionati del lavoro che si svolgeva là dentro – dovete lavorare solo per me, quando finisce l'orario, voi potete fare quello che volete». Nello studio tutti quanti si arrabattavano a fare qualsiasi mansione.
Nei primi anni da Dolcini sono stata sotto la art direction di Carlo Piazzesi e Carlo Beccatti, fondatori nel 1988 di un proprio studio Acantocomunicazione, con cui sono rimasta in buoni rapporti. Negli anni successivi sono arrivati dei personaggi che avevano una formazione differente dalla mia e da altri miei due colleghi, formatisi come me al CNIPA di Ancona. I nuovi colleghi provenivano tutti dall'ISIA e quindi c'era una grossa differenza tra di noi, loro si sentivano 'titolati'. Bisogna tenere presente che lo studio Dolcini era uno studio grafico funzionante come le cucine con lo chef, con tutte le dinamiche collegate: gerarchia e disciplina, una visione del lavoro che ti forgia. Non puoi avere distrazioni, non puoi commettere errori, devi stare sul pezzo, devi dare la pelle. Nonostante questo

approccio molto severo, è stato uno studio molto ricercato, ripetendo che riceveva più di trenta curricula al mese! Mi ritengo molto fortunata ad averne fatto parte, ancora oggi non capisco il motivo della scelta di Massimo, forse quando ho guardato il mio portfolio con i lavori realizzati nei due anni di CNIPA ha individuato uno stile simile al suo studio, tra l'altro molto in voga in quel periodo. Lavorare per Dolcini è stata una grossa possibilità che mi ha temprata e ha dato la possibilità di saper progettare grafica a 360°, gestendo clienti grossi con problematiche aziendali complesse. Come *forma mentis*, sono ancora lì anche quando scrivo il numero 19 presto attenzione a mettere a posto la spaziatura tra 1 e 9, così come l'attenzione dello spazio tra le lettere A e V. Quindi ho avuto la possibilità di praticare sia ad alti livelli sia di sperimentare tantissimo, ho sempre avuto fame di apprendimento rispetto tutto quello che mi era mancato nella formazione scolastica e quando sono arrivati, ad esempio, Leonardo Sonnoli o Marco Tortoioli Ricci hanno introdotto una nuova visione della grafica con un respiro internazionale. Il computer era già arrivato in studio, loro hanno portato una serie di cose che noi, poveri 'ignorantelli', non conoscevamo. In studio era presente una libreria, tieni conto che noi si spendevano il corrispettivo di mille euro soltanto in libri, avendo a disposizione il meglio del meglio della bibliografia contemporanea, nonostante questo aspetto noi tre tante cose non le conoscevamo, non c'era ancora internet e la possibilità di diffusione capillare di certe conoscenze.
La prima parte del mio lavoro – i primi due-tre anni – si è svolta proprio nel modo tradizionale, quello analogico. Quindi si lavorava di rapido, tempera, inchiostro, squadra, fogli di carta e tutta la parte fotografica, perché dagli originali al tratto poi si avviava la fase fotografica. Si lavorava quasi esclusivamente al tratto e poi si stampava. In studio si assisteva a tutta la famosa tradizione di Massimo della stampa serigrafica, quindi si dedicava gran parte del lavoro al disegno al tratto. Inoltre una parte importante dell'approccio di Dolcini era occupato dalla fase fotografica: una volta che tu avevi disegnato si riproduceva il disegno con la reprocamera. Ti racconto un episodio sul progetto del marchio dell'università di Siena: una mia collega l'aveva riprodotto a mano in una dimensione grande come una scrivania, poi lo ha inserito a pezzi nella reprocamera per riprodurlo e successivamente l'ha ricomposto. In studio possedevamo il modello con i pulsanti, quindi il modello elettronico. All'epoca ero addetta alla sviluppatrice, ognuno di noi aveva un compito specifico nello studio, quindi tutti i venerdì indossavo un grembiule e pulivo la sviluppatrice, dove c'erano le vasche per il bagno nell'acido, lo sviluppo e il fissaggio nell'acqua. Settimanalmente dovevo preparare tutti i liquidi e predisporre la strumentazione per il lavoro dell'intera settimana. In studio era presente una camera oscura: noi realizzavamo le foto per i nostri lavori.
Infatti, quando Massimo aveva in mente qualcosa, andava direttamente nello spazio set fotografico. Ricordo che aveva una tecnica per cui fotografava le persone un po' in controluce e poi immediatamente mi passava il rullino, chiedendomi di svilupparlo. Il processo era il seguente: ci si recava in camera oscura al buio; si montava il rullino nella macchinetta; si srotolava la pellicola e infine dalla foto ricavata in positivo si stampava con la reprocamera per l'ingrandimento. Ripetendo il passaggio era: la pellicola, passaggio dal positivo su carta fotografica, in questa fase andavano rimessi a posto i contorni, etc. e per ultimo ripresa e ridimensionamento in reprocamera. Insomma, era un lavoro con tempi lunghi. Per fare un manifesto impiegavamo di solito tre giorni.

P. Nel suo lavoro quando e come è avvenuto il passaggio dall'analogico a digitale?

M. Il mio passaggio è legato a una questione personale e privata. Avevo un compagno, che è anche il padre dei miei due figli, pioniere della musica elettronica nel panorama italiano. Lui lavorava nel campo musicale con i primi modelli, quelli in cui ancora non c'era l'interfaccia '*what you see is what you get*' con lo schermo nero e testo verde e produceva musica, affiancando il 'proto-computer' con altre apparecchiature. Ad un certo punto è stato lui a esternare la necessità di acquistare un personal computer, così abbiamo comprato un Amiga, un modello di computer pioneristico praticamente grande come un bagaglio, un computer pre era Steve Jobs. Si trattava di un computer Commodore dotato di un'interfaccia, tipo un *Paint* o un *Photoshop* ma proprio di quelli con i pennelloni, i pixel erano davvero grossi. Il computer serviva per il suo lavoro siccome lui era stato un dj della corrente musicale New Wave, anche se appartenente alla generazione della cosiddetta Baia Imperiale o della Baia degli Angeli, – infatti aveva dieci anni più di me – la generazione matta disco per capirci. Dopo la disco è arrivata la musica New Wave, nella nostra zona, in Romagna, con il club Aleph di Gabicce fondato appunto dal mio ex marito. Lui aveva questa caratteristica: si interessava di cose molto innovative e successivamente andava via prima che cominciassero a produrre del denaro!
Riprendendo il filo del discorso relativo al rapporto creatività e computer, appartenendo noi all'ambiente underground romagnolo, all'epoca lui si inventò di realizzare degli spettacoli con dei ballerini di colore, mentre lui suonava con le apparecchiature elettroniche – siamo proprio agli albori! –. I ballerini oltre ad essere bellissimi erano delle vere e proprie star. Qual è stato il mio supporto in questo progetto performativo nei primissimi anni Novanta? Di utilizzare questo computer per permettermi di disegnare delle facce, spesso riprendendo la silhouette dei danzatori, oppure dei segni astratti che contemporaneamente venivano proiettati sui larghi schermi presenti nelle discoteche. Così ho iniziato ad avere un successo spaventoso, era un po' come vedere all'opera un artista di strada, però in versione digitale. Quindi è stato così che mi sono impratichita con questa faccenda del digitale e del computer.
Imparare a usare questa strumentazione digitale è stato come colmare in parte quel vuoto formativo sempre presente in me e che mi faceva sentire sempre la mancanza di qualcosa. Infatti, ho dato anima e corpo sul lavoro e ho impiegato quasi dieci anni prima di dirmi «Ale, puoi fare il grafico». L'insicurezza che avevo era dovuta anche all'esistenza di un rigido sistema gerarchico nello studio Dolcini, in cui c'era un legame diretto con gli assistenti e non c'era lo spazio di essere indipendenti e smarcarsi da certi ruoli. Dopo l'esperienza nello studio Dolcini non sono più riuscita a lavorare alle dipendenze di qualcuno e Massimo era al corrente della mia insoddisfazione professionale e dei miei lavoretti visivo-performativi, visto anche il rapporto di amicizia che ci legava.
Un giorno in studio è arrivato Massimo piazzando davanti alla mia postazione un Mac SE Plus, un bagaglio con uno schermo minuscolo rapportato a quelli di oggi, me lo ha riposto proprio sul tavolo e mi ha detto: «Ho comprato questo, guarda un po' se ci possiamo fare qualcosa!». Quindi una volta affidatomi un computer da lì è partita la lenta digitalizzazione dello studio di Massimo Dolcini. Tieni conto che all'epoca, prima di questo episodio del computer, avevamo un cliente a Rimini – di cui non ricordo cosa facesse con esattezza – che necessitava di rappresentare il concetto di velocità, forse aveva iniziato a lavorare in qualche ambito attiguo al digitale, forse offriva servizi di qualche tipo usufruendo della strumentazione digitale. Quindi ci chiese di restituire l'effetto del digitale e noi prendemmo l'immagine di coniglio, o meglio un'incisione di un coniglio che stava correndo, di quelle tipiche con lo stile Dolcini, e la trasmettemmo via fax ai PR dell'agenzia Relé di Rimini, con cui collaboravamo, scambiandocela per un paio di volte fino ad arrivare alla rappresentazione dell'idea che Massimo aveva in mente. Una volta arrivato l'ultimo foglio fax con il 'coniglio pixelato', si passava in reprocamera e si rimetteva a posto a mano tutti i 'pixel' con il rapidograph e la squadra al rovescio. Un lavoro lunghissimo che ha portato all'intuizione di iniziare a utilizzare il computer. Con quell'entusiasmo che mi contraddistingueva in capo a due anni sono diventata l'esperta della grafica al computer, prima con il primo modello in commercio e poi con il modello più nuovo e 'facile' da usare.
Una volta ho fatto il manuale di immagine coordinata del Trentino, un lavoro di circa 50-60 pagine, utilizzando il secondo modello che Dolcini aveva comperato. Bene, era arrivato il giorno in cui sarei dovuta andare dal fotolitista ad Ancona, quindi ho recuperato il floppy disc – uno di quelli con la linguetta che si girava – per trasportare i file e ho scoperto che non ci stava tutto il lavoro fatto! Quindi mi sono recata dalla fotolito con il computer. Dopo i primi floppy disc hanno fatto la loro comparsa i data pack da 44 MB di memoria, poi 128 MB. Nello studio Dolcini avevamo un computer soltanto e tutti eravamo costretti a metterci in fila per poterlo usare, di conseguenza abbiamo richiesto a Massimo di acquistare un'altra postazione. Immediatamente si è prodigato all'acquisto, perché aveva notato che per fare un manifesto eravamo passati da una lavorazione di tre giorni alle sole due ore! Una volta per esempio è arrivata la progettista Elisabetta Ognibene, che aveva fatto con Massimo una campagna per la FIGC di Modena – nonostante io fossi ancora un'assistente ero però l'addetta al computer –, così nel mentre erano intenti a preparare il brief, io portavo avanti le loro idee e in un pomeriggio abbiamo realizzato una campagna nazionale. Massimo Dolcini era soprattutto un imprenditore, quando ha visto i vantaggi riportati da questa nuova situazione, mi sosteneva nelle proposte di acquisto e di ampliamento della strumentazione digitale utile al nostro lavoro. In quegli anni sono stata un po' l'apripista verso il digitale nello studio. Ho sempre avuto questa facilità di utilizzo dello strumento computer, non ho mai avuto problemi. Fin da subito l'ho considerato una sorta di matitone gigante e, man mano che in studio venivano fuori le situazioni lavorative, si è iniziato ad avere prima un unico computer per tutti, poi nell'arco di un paio d'anni un tavolo con una fila di pochi computer, fino ad arrivare dopo tre-quattro anni a possedere ognuno la propria macchina.

Questa rapida evoluzione dello studio ha significato, a mio avviso, una produttività a mille, amplificando le nostre possibilità. Ma la vera svolta è avvenuta quando siamo entrati in possesso dei font digitali. Fino ad allora avevamo lavorato con i fogli letraset, ossia un foglio trasferibile per le diverse famiglie di caratteri, ma il processo era molto complesso e includeva un passaggio con la fotocomposizione, che all'epoca ti dava una strisciata su carta chimica e, per fare un libro avevamo a disposizione soltanto i seguenti caratteri: il Century, il Times e il Futura. Poi utilizzavamo molto lo strizzato, il condensed, ma per ottenere l'effetto lo riproducevamo noi e e infatti venivano delle ciofeche, però ci sembravano lavori riusciti – risatina –.
Ad un certo punto è cominciato il viavai con le font digitali. Steve Jobs ha veramente avuto un'illuminazione nel mettere direttamente in mano ai grafici i caratteri, così ha eliminato tanti passaggi. Di mio ho il bagaglio culturale della tipografia di piombo, negli anni ho frequentato tutte le tipografie di tutta la regione Marche, ho persino visto le linotype, che fino a dieci anni fa alcune tipografie usavano ancora. Oppure c'erano le Heidelberg a colori, io impazzivo per quella strumentazione. Adesso non si stampa più così, la stampa Offset ha cambiato anche le sensazioni che si provavano quando si varcava la soglia di quei luoghi. Tornando agli anni Novanta, quando metti in mano a un grafico una font gli permetti di manipolare tutto, qualsiasi elemento della composizione e così è esplosa questa faccenda, tutti orientati verso la grafica digitale. Personalmente non conoscevo lo scenario internazionale, noi progettisti eravamo dentro o su quell'onda, ma io non lo sapevo perché non possedevo la cultura grafico-visiva in quanto autodidatta. La mia fortuna è stata quella di essere dentro lo studio Dolcini attorniata da stimoli giusto. Ad un certo punto mi sono resa conto che i colleghi arrivati dall'ISIA di Urbino, da poco diplomati, avevano un bagaglio culturale più esteso del mio e allora introdussero uno stile internazionale diversissimo dall'approccio simil artigianale di Massimo. Questo ha significato per l'agenzia entrare nel mercato in un altro modo, voleva dire non avere più i connotati di uno studio grafico bensì di un'agenzia pubblicitaria.
Il nuovo approccio portato da Sonnoli, Tortoioli e Monica Zaffino mi suscitava dell'ammirazione, ma al contempo mi portava a pormi delle domande, ovviamente avevo voglia di imparare da loro, ma aleggiava un'aria molto competitiva. Loro denigravano l'uso dei filtri di Photoshop che spesso riportavo nei lavori, ma il mio modo di lavorare derivava da anni di sperimentazione con la nuova strumentazione. Per quanto mi impegnassi non riuscivo ad ottenere i loro risultati. Sapevo governare il mezzo, avevo qualsiasi possibilità di manipolazione degli elementi grafici, ma mi mancava sempre qualcosa ovvero le basi, rappresentavo così la famigerata frase "Quel progetto fallo fare a tuo cugino che possiede il computer". Diverse volte mi sono chiesta come riuscissero a produrre quel tipo di lavoro, proporre idee così innovative e sperimentali e perché non riuscivo a colmare il gap e poi una sera, nel periodo di art direction di Sonnoli, ho avuto una specie di rivelazione. Ero rimasta in studio fino a tardi – mi riferisco al primo anno in cui lui era art director, poi dopo un anno sono andata via da quello studio – e erano andati via tutti, non so per quale ragione ho guardato dentro la cassettiera di Leonardo e ho trovato dei volumi, dei libri di cui ignoravo l'esistenza, dei libri internazionali, soprattutto di grafica inglese e americane. Sfogliandoli ho rivisto alcuni dei lavori che avevamo realizzato per la Cassa Nazionale di Pesaro e la Scavolini, mi si è accesa una lampadina. Di riflesso ho iniziato a copiare i nomi delle case editrici.
Così ho azzerato di nuovo tutto, mi sono documentata, ho scritto alle case editrici, ho comperato i libri, ho cominciato a studiare. Per esempio non avevo le basi della storia della grafica, avendo fatto una scuola di tipo professionale. Copiando e rifacendo quello che vedevo, piano piano mi sono impadronita di quelle modalità, di quei nuovi linguaggi. Ho miscelato la grande capacità di usare bene il computer con la mia dedizione al lavoro e così sono cresciuta piano piano e ho iniziato a padroneggiare la professione. In studio ero il riferimento di tutti per l'utilizzo dei computer e dei software. Hanno provato a tenermi in studio, perché sono stata una grande risorsa rispetto all'uso degli strumenti digitali, ma avevo bisogno di seguire la mia strada e crescere di posizione, perché là dentro non sarei mai riuscita a fare carriera. Persino Dolcini una volta mi ha detto «Alessandra, devi renderti conto dei tuoi limiti, perché una donna non può arrivare alle alte vette, puoi fare l'assistente».
Sicuramente avevo un temperamento irruento, scalpitavo per diventare art director di qualche progetto e di contro non volevo assemblare solamente i pezzi del lavoro di qualcun altro.
Quando ho lasciato lo studio Dolcini credo avessi 24-25 anni, non mi ricordo bene.
Comunque quando sono uscita di lì, mi si è aperto il mondo dei club, perché la mattina lavoravo da Dolcini e la notte portavo avanti il progetto con mio marito ed è stata questa attività collaterale che mi ha permesso di diventare la 'grafica delle discoteche romagnole'.

Il primo locale per il quale ho lavorato è stato Cellophane a Miramare. Ho cominciato a portare una grafica esclusivamente tipografica, che utilizzava diversi caratteri mixati tra di loro e trasformati, deformati con le possibilità del software Photoshop. I miei progetti grafici avevano un aspetto nuovo nell'ambiente, uno stilo ancora sconosciuto in quel momento e in quei luoghi. Non mi sono resa conto di essere dentro ad un'onda internazionale di un gruppo di progettisti grafici che si stavano occupando di grafica dei club. In Italia eravamo in pochi ad occuparci di questo ambito progettuale, sicuramente c'era qualcuno partito massimo due anni prima di me, ma davvero eravamo un gruppo di persone ristretto.
Lavorare in discoteca significava realizzare come grafica un flyer per il quale guadagnavo cinquecento mila lire, questa era l'unità minima. Tieni conto che per ogni singola discoteca mi occupavo della linea estiva e di quella invernale. Ho iniziato così in sordina e poi sono esplosa perché nessuno si occupava nello specifico di questo ambito, inoltre, tra i grafici delle discoteche, nessuno sapeva usare il computer oltre me. Sono stata molto ricercata ho lavorato con tutte le realtà di intrattenimento della costiera romagnola, spesso anche con più locali contemporaneamente. Ho lavorato tanto per il famoso Peter Pan, poi verso la fine del rapporto lavorativo con questo ho cominciato con il Cocoricò, l'Eku, il Paradiso di Rimini, il Cellophane di Miramare, tranne l'Ethos, club di nicchia. Questo ha significato che il mio lavoro si è cominciato a diffondere e ad avere visibilità. È stato un periodo meraviglioso, ma non me ne sono resa conto.
Devo ammettere che negli ultimi anni in cui ho lavorato per lo studio Dolcini avevo un ottimo stipendio, pur non essendo uno dei grafici di punta, ma ricoprendo un ruolo via di mezzo tra un'assistente e una progettista. L'aver portato avanti l'attività di sperimentazione con le discoteche parallelamente al lavoro in studio mi ha aiutato un casino a costruirmi una serie di relazioni che mi sono servite quando mi sono messa in proprio. Di solito per disegnare e inspirarmi andavo dall'art director di un club o di una discoteca, da questa figura si diramava a cascata tutta una rete di persone utili a me per l'ispirazione: i pr, i ballerini, gli animatori, i baristi. L'indotto di persone che ruotavano attorno a questo ambiente mobilitava diversi capitali, quindi era un settore in cui giravano davvero molti soldi.
Sono diventata così la persona di riferimento per diversi club, ad un certo punto incontrai anche il progettista Giorgio de Mitri, anche lui iniziò ad occuparsi di grafica per i club. Uno dei direttori artistici con la quale ho lavorato tanto è stato Loris Riccardi del Cocoricò, un folle, per farti comprendere un anno mi ha chiamata e mi ha richiesto «Alessandra, quest'anno facciamo tutto il visual in latino!» e alla mia replica di estraneità a questa lingua, lui ha ribattuto «Non importa, vedi tu! Decidi tu il concept». Questo aneddoto per farti capire che c'erano tanti soldi, c'era tanta creatività e tanta sperimentazione. Nello specifico lì dentro ho visto delle cose bellissime, a volte delle opere d'arte e ho imparato, lavorando in questo settore a inventarmi ogni volta e spingere la grafica oltre ogni limite, secondo lo stimolo del direttore artistico. Grazie ai libri sulla grafica straniera acquistati appena precedentemente ricercavo spunti e di fatti mi sono ispirata moltissimo, copiando alcuni stili ho ripercorso avanti e indietro la storia della grafica! Una parte del mood e della life style modaiola di quegli anni proveniva anche dalla grafica e io inconsapevolmente ho contribuito anche a questo aspetto. L'ambiente dei club influenzava e al contempo era influenzato tantissimo dalla moda e in Italia eravamo un po' indietro rispetto alle realtà di Londra o Ibiza. La moda e la grafica spesso in quegli anni si sono condizionati a vicenda e quindi dovevo tenerne conto nella mia attività progettuale.
La mia duttilità di adattamento a diversi clienti e ambiti arrivava sicuramente dalla mia esperienza all'interno dello Studio Dolcini dove ci si rapportava sia con le aziende private sia con gli enti pubblici sia con la piccola clientela privata. Avevo acquisito da Massimo la capacità di occuparmi contemporaneamente di grafica di pubblica utilità e di immagine industriale, dato il lavoro con l'azienda Scavolini.
Ritornando alla mia attività di grafica per la musica e i club, piano piano ha iniziato a diffondersi come ambito di progetto e nell'area modenese oltre a de Mitri si sono uniti altri personaggi come Jumbo Manfredini e Loris Castagnoli. Abbiamo iniziato ad avere un grosso impatto a tal punto che, questo campo progettuale legato all'intrattenimento, è emerso e ha destato interesse anche nei critici del progetto grafico, come ad esempio una giovanissima Silvia Sfligiotti che mi aveva contattata per inserirmi dentro il volume *La grafica in Italia*. Non ci potevo credere che ci prendessero in considerazione come progettisti, così ho cominciato a cercare pubblicazioni in cui comparivano i nostri nomi, per rendermi anche conto di cosa stessero facendo gli altri. In poco tempo siamo diventati un movimento internazionale! Appartenevo a questo!
Dopo, piano piano, da un'idea di Manfredini è stata fondata la rivista *Climax*, direttamente

collegata ai grafici più sperimentali degli anni Novanta e per diverse vicissitudini lui era collegato a Giorgio Camuffo e a Venezia, dove già da tempo si stavano effettuando una ricognizione sulle avanguardie contemporanee e digitali.
Dopo alcune mie comparsate nelle pubblicazioni italiane hanno incominciato a contattarmi per pubblicare i miei lavori nelle riviste estere, nel frattempo io continuavo a lavorare per Dolcini, nonostante la mia figura fosse soprattutto associata alla grafica per l'intrattenimento. In quel momento ho capito che dovevo lasciare lo studio perché non avrei avuto il giusto spazio e sono andata via.
Ho lavorato per l'ambiente dell'intrattenimento almeno fino al 2001, poi l'ambiente delle discoteche è entrato in una profonda crisi economica.
Dopo l'esperienza nello studio Dolcini ho aperto un agenzia a San Marino con Marina Turci continuando a occuparmi di grafica per i club, avendo come diretti colleghi/competitors Stefano Tonti, Dimitri, Manfredini, Castagnoli e altri di cui non ricordo il nome, tutti collocati nel nord Italia.
Nel giro di tre-quattro anni siamo diventati i riferimenti italiani all'estero di questo ambito progettuale, nel nostro piccolo siamo diventati famosi nel mondo della grafica. Confesso che tutti copiavamo in un certo qual modo i lavori degli altri. Eravamo molto connessi tra di noi, c'era molto confronto e stima reciproca.

P. Ritornando alle questioni relative al fermento progettuale degli anni Novanta, come è iniziata la tua collaborazione con la rivista *Climax* ideata di Jumbo Manfredini?

M. Negli anni dello splendore delle discoteche e dei club ho ricevuto una telefonata da qualcuno – non mi ricordo chi – che mi ha chiesto «Ho un amico che ti vorrebbe incontrare, perché si sta occupando delle pubblicazioni sull'esperienze visive di tendenza in Italia. Ha visionato il tuo lavoro». Così ci siamo conosciuti. Lui si stava occupando di diverse pubblicazioni tra cui appunto la rivista *Climax*, se ricordo bene quest'ultima era monotematica. Mi sembra di aver partecipato a 2-3 numeri, però con lui ho fatto anche altre cose. Successivamente sono entrata in un giro, sempre con Camuffo, che organizzava differenti eventi dalle mostre ai workshop per la diffusione della grafica italiana contemporanea soprattutto nei primi anni Duemila. Poi per motivi personali mi sono un po' allontanata, ho perso i contatti con loro e successivamente quel movimento si è esaurito fino all'implosione.
Del 1997 mi è rimasto un premio come miglior progettista grafica per l'identità dei club.

P. Un aspetto che ho individuato nella mia ricerca è l'alta concentrazione nell'area o nelle città emiliano-romagnole di progettisti grafici che negli anni Novanta si sono cimentati con il computer dando vita a nuovi ambiti progettuali come il suo. Secondo lei, cosa ha reso l'Emilia Romagna un luogo fertile per i progettisti grafici?

M. Sulla collina di Riccione trovavi diversi club, tra i più blasonati c'erano: il Peter Pan, il Prince, il Cocoricò; a Rimini invece avevi: il Paradiso, l'Eku, la Mecca, l'Altro mondo; insomma nel giro di pochi chilometri erano presenti un sacco di locali. All'epoca appena usciti dalla scena musicale della New wave, ci si ritornava in quel fenomeno culturale indicato come 'Milano da bere', tanto promosso anche dall'ambiente politico, che ha avuto un riverbero anche in altre parti d'Italia. Questo mood rappresentava un modo di essere, di vivere, supportato anche da una situazione economica florida, c'erano tanti soldi e non si parlava di crisi. C'erano tanti soldi e di conseguenza il mondo dell'effimero e della moda andava per la maggiore, aveva una sua forte attrattiva iniziata poi a sciamare attorno al 2001. Altro aspetto fondamentale di quegli anni, che ha contribuito sicuramente alla promozione degli eventi culturali di qualsiasi genere, era correlato agli investimenti stanziati dalla pubblica amministrazione alla cultura, finanziamenti che verso la fine degli anni Novanta sono stati drasticamente tagliati, perché l'Italia iniziava ad attraversare un primo periodo di crisi economica.
Negli anni Novanta si proveniva da questo tipo di situazione, dove tutti si divertivano. Per partecipare a una serata al Cocoricò a capodanno si spendevano circa i nostri attuali 100 euro solo per l'ingresso, una serata normale costava sui 50 euro, a queste somme devi sommare quelle per i cocktail attorno ai 10-20 euro e infine se prenotavi un tavolo avevi ulteriori 100 euro da sborsare. Capisci quanto potesse fruttare un cliente e considerato che un locale normale aveva una capacità contenitiva di tre-cinque mila persone, il denaro contante che girava era impressionante. Inoltre devi anche tener conto su quattro mila ingressi non tutti pagavano, perché almeno mille erano pagati per far immagine, come sponsor, quindi facendo un rapido conteggio si arrivava a guadagnare a serata nel fine settimana circa duecentomila euro, questo soprattutto nella stagione invernale e primaverile. La faccenda cambiava d'estate quando i club erano aperti tutte le sere, quindi un locale fatturava tanti miliardi. Quindi visto che in un'area circoscritta ce n'erano diversi, ognuno doveva differenziarsi dall'altro non soltanto per la tipologia di musica o per l'offerta di intrattenimento dei diversi staff, ma diventava il punto di forza soprattutto l'identità del club e tutto ciò che gravitava attorno alla comunicazione. Quest'ultima influenzava ed era influenzata dalla moda come ti dicevo in una domanda precedente.
L'immagine complessiva del locale significava trovare una tematica adatta per ogni singola stagione, ad esempio: "Quest'anno il tema identitario è il western; per l'estate puntiamo allo stile California Beach; eccetera". Mi ricordo una linea in serie che ho progettato per diversi locali prendendo come spunto un libro di Italo Lupi sugli anni Settanta. Noi progettisti grafici italiani coinvolti in questa onda, chiamala pure 'night wave', che contraddistingueva un fenomeno internazionale, eravamo collegati con Ibiza, un altro polo internazionale come Riccione, con le discoteche di Milano oppure le discoteche dei laghi. Queste realtà hanno dato luogo al temine *divertimentificio* ossia le zone in cui la gente andava per intrattenersi.
La modalità del divertimento era sempre la stessa con una certa ritualità: il giovedì, il venerdì e il sabato sera erano destinati a essere trascorsi nei club. Poi susseguiva il cosiddetto after collocato la domenica mattina. Un rituale che si è perpetrato negli anni e che si originava dall'abitudine, tipica della riviera romagnola, di andare a ballare nelle balere in giorni predefiniti. Quindi nelle cittadine marittime romagnole si assisteva a questo afflusso di gente si riversava nei club e spendeva tanto.
Personalmente lavoravo nell'arco di un anno per tre-quattro locali grossi contemporaneamente e guadagnavo il corrispettivo di tremila euro solo per progettare l'immagine di base, a cui si sommavano cinquecento euro per il flyer della singola serata, arrivando a guadagnare in un mese circa duemila-tremila euro solo da un unico locale.
Chi lavorava in questo settore o in queste realtà cittadine viveva in funzione di questa modalità di intrattenimento e di vita. Chiaro che non tutta la gente frequentava questo tipo di club, bisogna considerare anche che città come Bologna o Modena avevano sviluppato altre modalità incentrate sulla musica, molto più underground e di nicchia come i centri sociali e i club di musica live, queste realtà le considero le ultime propaggini degli anni Settanta e Ottanta, diverse dalle dinamiche della costiera romagnola e che erano collegate anche alla scena politica locale. Il fenomeno della 'Milano da bere' si riverberava in tutta Europa. Ad esempio, Londra è stato un punto di riferimento per i locali di Rimini e Riccione.
La routine del divertimento prevedeva spostarsi a Riccione, fare aperitivo, andare a cena, procurarsi degli stupefacenti e finire la serata in discoteca fino all'alba: questa è stata la formula del divertimento per anni.
Il periodo d'oro dei club ha collimato con la diffusione del computer nella nostra professione e grazie alle nuove possibilità espressive abbiamo potuto dar vita a un nuovo ambito di progetto. Di solito nel nostro gruppetto emiliano-romagnolo doveva esserci un progettista che identificava per primo la linea visuale della stagione e per qualche anno lo sono stata io, perché presente nel settore da qualche tempo.

P. Dall'esito di questa intervista posso azzardare a definirla una 'tecno-entusiasta', visto il rapporto avuto con il computer e i software. Quindi le chiedo ha mai progettato un carattere ex novo, come è accaduto a molti suoi colleghi inseriti nell'ambiente dei club?

M. Progettato propriamente no, disegnato sì. Ho disegnato diversi caratteri perché c'è stata un'attenzione maniacale nei confronti della tipografia. Essendoci allontanati dall'uso quasi esclusivo dei letraset e avendo accorciato con l'arrivo del computer la distanza con questi elementi, c'era la voglia di manipolarli. In questo Steve Jobs ha avuto la vista lunga! Con i personal computer Apple sono cominciate ad arrivare le prime font digitali. Si è passati da avere a disposizione solo i caratteri Futura, Century e Times, a possedere anche altre font, come ad esempio l'Helvetica che nelle Marche era abbastanza rara. In questa corsa a essere di tendenza e contemporanei, vinceva chi possedeva le font più fighe.
Ricordo che negli anni Novanta sono state fondate anche delle piccole fonderie che hanno dato vita a caratteri particolari, sull'onda di decostruzione della forma, possibilità offerta dal computer e dal desktop publishing, ovvero la capacità sia di decostruire il sistema di impaginazione sia di rigettare gli stili classici, fino a decostruire i linguaggi esistenti e sperimentarne di nuovi, in rottura con il passato. Una volta entrati in possesso direttamente delle font, come progettisti ci siamo sbizzarriti, abbiamo sperimentato in lungo e in largo con tutto ciò a nostra disposizione. La tendenza era quella di comprare i caratteri digitali, conservarli e non compartili con nessuno, c'era molta

competitività. Non appena veniva pubblicato un progetto nuovo
ci si fiondava a analizzarlo e a capire che tipo di carattere aveva usato e si partiva alla ricerca di questo per comprarlo. Follia pura se ci ripenso adesso! Sembrava che tutto il lavoro si basasse sulle font.
Questo periodo di decostruzione imitava il mondo anglosassone, in particolare David Carson e April Greiman, che secondo me avevano ripescato dal mondo dell'arte l'operazione di decostruzione.
In quel periodo esistevano delle fonderie digitali che avevano prodotto delle font particolari, molto pittoresche, lavorate, molto strane e poco leggibili rispetto magari all'Helvetica.
Il software che andava per la maggiore è stato Fontographer! Ma ribadisco che non ho mai disegnato un carattere ex nuovo, perché non era nelle mie corde, io ero e sono più una creativa da assemblaggio. Metto insieme tanta roba e poi pulisco. Però hanno pubblicato qualche mio progetto grafico sulle riviste, analizzando proprio la questione tipografica. La rivista *Linea Grafica* mi ha dedicato due-tre pagine.
Il mio lavoro con le font è stato un po' il seguente: caricavo dei caratteri su Fontographer e iniziavo a decostruirli, mescolandoli tra di loro, ad esempio cercavo di restituire l'idea di rovinato, come quella volta in cui ho modificato l'Helvetica Black trasformandola in un *Helveticon*: togliendo dei punti di ancoraggio venivano fuori come delle esplosioni, delle curve, delle pance. Ho attuato la stessa operazione con un carattere graziato che poi ho chiamato *Stile Bodoni*.

P. C'è un lavoro realizzato nel periodo da me indagato che la rappresenta di più? Un progetto che la identifica in pieno con i linguaggi degli anni Novanta?

M. Sono sincera, ho progettato cose molto belle soprattutto nella corporate identity dei club. Sono soprattutto soddisfatta del lavoro realizzato per il Cocoricò, perché avevo avuto la possibilità di sperimentare. Poi ho progettato un'immagine bellissima per una mostra di Camuffo, un manifesto molto grande sulla tematica dell'AIDS: ho raffigurato un Cristo in croce con una corona di spine attorno all'inguine. Questi li considero i risultati di periodi floridi, quei picchi dove un progettista arriva grazie anche al background che lo circonda, dove si presentano infinite possibilità e sfaccettature della creatività. Il mio culmine credo sia durato un anno massimo due.

P. Per avere una ricostruzione cronologica piuttosto lineare, vorrei ricostruire con lei quali sono stati i club per i quali ha lavorato, prima mi diceva di aver avviato la sua carriera di progettista grafico per l'intrattenimento con l'identità per il Cellophane. E poi?

M. Sì, dopo il Cellophane ho lavorato per il locale Dadadà, un dei club più all'avanguardia nella scena della riviera romagnola, con un pubblico internazionale che sfortunatamente è durato davvero poco e successivamente è stato trasformato nel Prince. È stato proprio il Dadadà a lanciarmi e a consacrarmi come la progettista dei club notturni. Anche se la mia carriera è stata maggiormente supportata da un altro locale, ovvero il Peter Pan. Ho perso tutti i lavori, perché erroneamente non ho mai avuto un archivio.
Dopo il Peter Pan ho lavorato per l'identità del Paradiso di Rimini tramite il suo patron, Gianni Fabbri, un grande protagonista della scena notturna riminese e all'epoca presidente del SILB (Sindacato per le sale da ballo) e poi in mezzo ho collaborato con il Cocoricò per un paio di stagioni. Ho realizzato poi qualche piccolo lavoro per altri piccoli locali.
Riassumendo i progetti più importanti gli ho realizzati per il Peter Pan, il Paradiso e per ultimo il Cocoricò, che dopo di me ha lavorato con un'altra giovane progettista che dovresti intervistare: Maddalena Fabbri.

Fabrizio Morelli

copywriter
Sartoria Comunicazione
▶ Modena
28.02.2020

P. Di che cosa ti occupi all'interno dell'agenzia Sartoria Comunicazione?

M. All'interno di Sartoria svolgo il ruolo di copy. Come progetti, quello per me più significativo, l'ho scritto assieme a una persona, che adesso non c'è più, un progetto per il brand Mandarina Duck e poi all'interno dell'agenzia negli ultimi vent'anni ho ricoperto varie posizioni, tra cui quella di responsabile di produzione.

P. Quando sei entrato a far parte del gruppo Sartoria?

M. Nel 1998.

P. Rispetto alla rivista *Cube*, ideata e progettata da Patrizia Di Gioia e Giorgio Dimitri, mi raccontavi precedentemente che anche tu hai dato il tuo contributo, ti ricordi quando è stata ideata? E quali sono state le ragioni della sua ideazione?

M. In realtà non ricordo, perché la rivista è nata prima che io approdassi in Sartoria. Sicuramente gli ideatori, come ben sai, sono stati Giorgio Dimitri e Patrizia Di Gioia, allora sua compagna di vita e di lavoro. È nata dalla collaborazione tra un editore – o forse un'azienda – e un gruppo di amici laureandi in vari discipline, ma appassionati della cultura giovanile legata alla streetwear, tra di loro troverai anche Laura Piccinini che tutt'oggi scrive per il settimanale *D* de *La Repubblica*. Allora erano tutti alle prime armi, ma adesso sono tutti affermati professionisti. Questo editore o azienda, di cui non ricordo il nome, impiegatao/a nel campo della moda, aveva deciso di investire sulla comunicazione non tradizionale e aveva chiesto a queste persone di indagare, occuparsi di determinati argomenti che andavano dalla musica, alla moda, dalla letteratura al cinema. L'esperimento ha funzionato molto bene, a tal punto che a partire dal 1999 il progetto *Cube* si è rinnova in un'altra veste, meno commerciale e più sperimentale, con un occhio di riguardo alle arti visive. L'editore/azienda promotore/promotrice del vecchio *Cube* è uscita da questo progetto con la formazione di un nuovo team. A supportare il rinnovamento del progetto, più orientato al libro d'arte, c'erano e ci sono ancora: una fotolito milanese, uno stampatore, Sartoria e una cartiera. Infatti se hai prestato attenzione ogni numero presenta una carta specifica adatta alla sperimentazione grafica e di tecniche di stampa. La cartiera ha più un ruolo di partner tecnico, fornendoci la carta per le mille copie previste. Queste copie, più o meno equamente ripartite, noi le abbiamo spedite sui tavoli dei più importanti art director nazionali e internazionali per presentare in parte il nostro lavoro.
Il processo di ideazione della nuova veste di *Cube* non più commerciale, ma raccoglie tutti i contributi inediti dei nostri collaboratori esterni, diventato un progetto corale e più appassionante, spesso ci è capitato e ancora ci capita di lavorare fino a notte tarda.
Cube è stata un'esperienza totalizzante che ha cementificato sicuramente le relazioni tra diversi professionisti.

P. Ritornando invece alla vecchia edizione di *Cube*, qual era la sua periodicità?

M. Le uscite sono state random. Ora ricordo, questo progetto era finanziato dal brand d'abbigliamento Nose del marchio Fornarina, capeggiato da Giuseppe Fornari, che nel 1993 aveva lanciato due nuovi brand di abbigliamento streetwear, Combo e Combodella. In quegli anni hanno investito molto nella comunicazione del loro marchio.

Elisabetta Ognibene

progettista grafico
▶ via Skype
14.05.2020

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

O. Tutte le volte che parlo di grafica, dico sempre che il nostro è un mestiere accessorio, nel senso che fino all'inizio del secolo scorso non c'era bisogno di noi grafici perché c'erano degli ottimi artisti cartellonisti che si integravano - e degli ottimi tipografi - che si integravano insieme, per cui dei pittori e dei tipografi che insieme producevano in realtà che quella che era una comunicazione grafica o una visualizzazione delle informazioni attraverso un mestiere non definito, nel senso c'erano altri mestieri che producevano la comunicazione visiva. Il grafico quindi nasce di fatto nel dopoguerra, subito dopo il dopoguerra, perché è in qualche modo una professione giovane come dimensione dei mestieri e delle arti. Il mio caso, in particolare, è legato alla grafica di pubblica utilità, che era in qualche modo fatta partire da Albe Steiner e successivamente da Massimo Dolcini, che è il mio vero maestro, con il quale ho fatto bottega per molti anni. La mia esperienza personale diretta in realtà è molto più naif per certi versi, perché nasce con l'idea, subito dopo le scuole media, di fare un mestiere che mi permesse di disegnare delle case, perché mio fratello era geometra. Quindi io avevo questa idea di questa visualizzazione, di questi tecnigrafi, di queste squadre che si muovevano in questi rapidograph, in questi materiali della produzione anche perché poi nell'istituito d'arte che io ho frequentato, non c'era ancora la sezione grafica: c'era la sezione di pittura, di ceramica e di architettura. Io avevo fatto architettura, però facendo un istituto d'arte che ti prepara come un qualsiasi altro liceo, però ha un diploma, ti avvia e ti definisce con un diploma di maestro d'arte- si chiamavano così quando io uscii da scuola. Quindi mi sono avvicinata in realtà alla grafica per ragioni del tutto sociali e politiche, perché ho iniziato a militare nell'allora partito comunista e dentro al partito comunista emiliano c'erano delle feste dell'unità che erano dei veri e propri eventi anche di comunicazione artistica e politica molto forti. Facevamo delle feste dell'unità dove c'era – mi ricordo- centinaia di metri lineari di pannellature che raccontavano un po' come adesso, c'è anche ancora qualche memoria di alcuni grandi manifestazioni cinesi, per esempio l'ex Sovietiche, dove c'erano questi allestimenti maestosi, con questi caroselli di persone, di bandiere. Le feste dell'unità degli anni Settanta erano di fatto delle cose che ci assomigliavano molto. Io mi ricordo che mi avvicinai alla grafica proprio in quel periodo e avevo conosciuto questo, che è l'altro mio maestro di fatto, che era un pittore cartellonista, si chiamava Pancaldi, che realizzava questi – per farti un esempio - questo ritratto di Ho Chi Min alto 12 metri, largo 16 e tutto realizzato a mano, nel senso che erano proiezioni che si facevano con una lavagna luminosa, si definiva una specie di bozzetto su un acetato trasparente e quello veniva proiettato di notte – per cui avevamo i cantieri aperti anche di notte, perché non avevamo possibilità di togliere le luci- quindi proiettavamo le silhouette dei nostri bozzetti, facendo delle campiture ed erano tutte realizzazioni dal punto di vista grafico erano delle posterizzazioni, come le chiamiamo adesso con Photoshop. Quindi creavamo delle aree quasi tiff, dei contrasti pieni di colore in modo tale che dopo si proiettavano queste dimensioni enormi e si cominciavano a trovare a 12-13 studenti che venivano a darci una mano e facevamo queste enormi pannellature. Ma veramente di dimensioni abbastanza imponenti. Ed è stata quella una scuola per me estremamente importante, perché mi ha fatto avvicinare a tutto quella che era la manualità del nostro mestiere, che dopo ha appunto cominciato a trasferirsi in quelle che una volta chiamavamo fotocopisterie, fotocomposizioni per l'esattezza, dove praticamente c'erano tutte queste strisciate di testi quando si componevano i giornali, le reprocamere fotografiche per realizzare tutti i retini da impostare nei menabò fatti a mano, prima con fotocopie, incollati con scotch, magic scotch così era riposizionabile... era veramente tutto dedicato a degli strumenti che erano in qualche modo delle cose che ti ci affezionavi quasi. Chi ti portava via il tuo cutter, era un casino! Non come oggi che c'è questa velocità nell'abbassare, nel buttare in qualche modo un layout che ti funziona. In quelle occasioni invece era molto più ragionato il livello di layout, di schizzo che tu producevi prima di metterti al lavoro fisicamente, perché dopo era veramente tutto da rifare ed erano veramente ore e ore di ricamo e di cesello. A differenza di oggi, in cui di butti già in foglio A4, in un'interfaccia come può essere Indesign o Illustrator e il foglio bianco cominci, butti giù delle cose, fai la scansione di una cosa e la ricomponi. Prima era diverso, c'era molto più pensiero. È questa la differenza sostanziale tra il processo progettuale degli anni Settanta-Ottanta. Poi dopo nel 1990 io ho acquistato il mio primo computer, non so se nel 1989 o 1990, per la cifra spaventosa... oggi ci comprerei un appartamento, un'automobile, perché il mio primo Mac in agenzia era costato – solo la macchina – 20 milioni di lire. Quindi significa che sono i 10 mila euro oggi, ma questo non comprendeva il monitor, che costava un altro tot e non comprendeva lo scanner che costava un altro tot. Però la dotazione base in quel momento era costituita da un *Powerbook* pazzesco, era una scatolona imponente, alcuni *Mac Classic* erano invece destinati al copyright e all'amministrazione dell'agenzia, erano sostanzialmente questi piccoletti che adesso so che vanno a ruba su eBay, perché se adesso cerchi di comprati una cosa vintage di quell'epoca... io li ho buttati tutti, ho fatto degli errori clamorosi! Avrei dovuti tenerli caramente! In buona sostanza: 1989 acquisto del primo Mac. E io ero terrorizzata: ti confesso, perché il 1989 significava per me, che avevo cominciato a fare questo mestiere nel 1976-77, erano 11 anni di esperienza accumulata, di produzione già ben stabilizzata, avevo proprio ormai in mano il mestiere in forma abbastanza sicura. Quindi quello che è accaduto è stata proprio una grossa, sfida, una rivoluzione cha ha introdotto qualcosa che era necessario, indispensabile ma allo stesso tempo abbastanza terrorizzante. Ti dirò che ho avuto un buon mesetto di terrore vero. Poi dopo ho cominciato ad avere le prime grandi gioie e soddisfazioni, mescolati a delle grandi delusioni: quelle che succedeva poi era proprio questa differenza tra la progettazione, tra il pensiero progettuale che era diventato sincopato, un po' trattenuto e un po' facilitato, un po' troppo facilitato. Come adesso hai il correttore, o queste robe qua che quindi ti viene anche un po' da lasciarti andare perché [...] una velocità imbarazzante! Quindi alcune cose veramente di quel primo periodo, di quel primo anno, io le ricordo molto brutte, se devo essere onesta professionalmente, con il mio approccio con le cose. L'altra grande cosa negativa è stato perdere tantissime relazioni e anche posti di lavoro che si erano vanificati. Io ad esempio avevo un rapporto veramente meraviglioso sia con i miei stampatori, le mie tipografie ma anche i preparatori, i proto, quelle figure intermedie che erano tutto sommato dei grandi artigiani, dei grandi artisti artigiani perché avevano una qualità per esempio, sulla riproduzione fotografica, sugli allineamenti, sulla struttura della pagina.... Avevano proprio tantissima sapienza e qualità delle relazioni. Mettici in mezzo poi anche i rapporti umani, le persone con cui dividevi non solo il mettere in pagina una rivista o un giornale, ma ci perdevi anche, andavi con un cappuccino perché eravamo in ritardo, per cui si lavorava anche fuori tempo! Un mio ricordo più grande è legato alla tipografia [21:37 ??] di Modena, mi accoglievano come se fossi... io ho avuto tantissimi ammiratori tra i tipografi, tra i più anziani tipografi, perché all'epoca avevo la tua età, ero considerata una sorta star, di divinità e quando arrivavo io erano tutti allegri, si muovevano con grande felicità e quindi avevo tutti questi ammiratori, questi morosi che mi corteggiavano dalla mattina alla sera *[segnale interrotto]* pazzesche. Gli facevo mettere del

calamaio della macchina offset, facevo mettere a stampare il manifesto a un colore, però dividevo il calamaio tutti i colori tipo rainbow e facevo cambiare tutti i passaggi: gli facevo spostare la tiratura i calamai in modo tale che una copia non assomigliasse all'altra, anche se erano tirature, magati di 200-400 copie di un manifesto 70*100, ma non ce n'era uno uguale all'altro. Si divertivano, era una festa! C'era una dimensione di materialità che è stata un po' perduta.
La storia poi ha in qualche modo dimostrato che gli strumenti poi, sapendoli usare, e veicolandoli nel senso giusto, poi producono cose belle anche in un altro modo, non necessariamente che siano fatte a mano.

P. Vista la sua esperienza lavorativa all'interno dell'ufficio immagine milanese dell'azienda Olivetti, eravate abituati a utilizzare il computer per lavorare?

O. No, anzi! È carina questa domanda sull'Olivetti perché, a parte ricordare Roberto Pieraccini, che era un comunista anarchico e tosto, nel senso che era uno che politicamente era molto bravo perché a stare dentro a una dinamica... a parte che Olivetti in quegli anni era veramente un paradiso!
Inconsapevolmente, ma lavoravo con Milton Glaser, che ovviamente non lo vedevo lì a Milano, oppure con Soavi, o con gente di livelli assolutamente altissimi. C'era tutta la parte design che in quell'epoca era il top a Milano, tutto questo universo era l'Olivetti in quel periodo. Eravamo però pre-computer graphic, proprio alla vigilia della pre-computer graphic, tanto più che io ero stata chiamata per seguire la parte di immagine relative alle grandi fiere ed esibizioni italiane che erano lo SIOA e lo SMAU. Erano 2 grande fiere e in quelle occasioni noi dovevamo lanciare i primi computer che però in realtà Olivetti... lì è stato un po' il momento dove è cominciata la discesa. L'Olivetti è sempre stata grandissima e fortissima sulla videoscrittura e sulla scrittura, quindi macchine da scrivere, calcolatori e videoscrittura; quando si è inserito il discorso del computer e quindi anche è venuto il grande contrasto con IBM, perché loro avevamo fatto un accordo con AT&T. Anche se in realtà Olivetti fu il primo a inventare il computer, poi dopo non è stato in grado da un punto di vista di politica industriale – De Bendetti era l'AD di Olivetti in quel periodo –, non sono stati in grado di interpretare bene quel momento storico, un momento epico e si sono fatti totalmente sovrastare da IBM. Dopodiché è successo che Steve Jobs e la Apple hanno introdotto questi strumenti: di fatto, quando io lo comperai nel 1989, probabilmente si sentiva parlare di Apple da forse 2 anni! Non ricordo bene l'epoca esatta, ma di fatto i miei anni in Olivetti erano ancora pre-computer grafica. C'era comunque un tentativo e io mi ricordo che ho fatto delle cose estremamente ingenue, perché c'erano tutte queste cose, questi pixelloni, quadratoni, delle cose di una indigeribilità assoluta. Però era l'unico modo per trasferire in qualche modo i sistemi visivi in quella che era la loro tecnologica in quel momento. Quindi, inevitabilmente non è stato possibile. Credo che poi dopo Pieraccini è stato lì ancora invece un po' di anni, fino a che non ha poi mollato la barca anche lui e non è rientrato nelle sue amate Marche e ha cambiato completamente percorso anche lui. Anche gli altri grafici si sono un po' spersi. Io lavoravo con un team di persone estremamente, totalmente internazionale, tant'è che questi facevano una cortesia a me a parlare italiano perché normalmente si parlava inglese in quel periodo. Per cui altri grafici, che lavoravano però per settori differenti – ognuno aveva un suo ambito – erano giapponesi, austriaci, canadesi. Il mio capo della sezione allestimenti fieristici era canadese. Poi avevo il mio designer, che attualmente è un mio carissimo amico, che impresse del Bauhaus in Germania, a Weimar, praticamente lui si chiama Wolfgang Sattler. Lui studiava l'aspetto di design e io vestivo in qualche modo. Lavoravamo in coppia, un po' come fanno le agenzie tra copyright e grafico: in quel caso era il master designer che faceva gli allestimenti e io che facevo la grafica di questi allestimenti. Anche l'idea con questi pixelloni orribili di cui gli parlavo. Mi ricordo perfettamente che era stato studiato un software per le case vinicole, io mi ricordo che avevo fatto questo grappolo d'uva, fatto in tanti quadratini, veramente... la campagna, il senso, una cosa inguardabile. Quindi l'Olivetti è stato questo, è stato un pre-Apple.

P. Dalle mie ricerche risulta che la città di Modena sembrerebbe essere un terreno fertile per i progettisti grafici e per i creativi tra gli anni Ottanta e Novanta, da che cosa dipende questo fenomeno?

O. Centra sicuramente tanto la dimensione politica e la qualità dell'amministrazione pubblica locale, perché comunque erano gli anni del decentramento, dell'esplosione di quello che era i servizi welfare di questo territorio: da ... ai consultori, a tutta una serie di servizi e anche servizi culturali come Grandi Stati sia a Bologna, che a Modena, erano degli eventi di grande qualità e di grande ricchezza. Quindi era nato qui, forse, un episodio abbastanza unico, un bellissimo ufficio grafica: c'eravamo io e Filippo Partesotti e Oscar Goldoni. Noi tre abbiamo fatto il Kennedy's Studio, che è stato una meteora nella grafica modenese che si è sviluppato – eravamo tutti e tre operatori del Comune e quindi avevamo il nostro lavoro in Comune – poi dopo questa dimensione del sociale e del collegato all'ente pubblico era diventata talmente importante, talmente grossa che ha cominciato a sforare in una necessità di continuare ad offrire un servizio al Comune ma da fuori, perché anche altri ci chiedevano delle cose. In quegli anni abbiamo fatto delle operazioni molto interessanti, tant'è che Jumbo in quegli anni era un bambino che veniva a farci un po' ragazzo di bottega al Kennedy. Lui era sempre lì, era disponibile, gli abbiamo fatto un milione di foto, era quasi un gioco lavorare con lui, c'era molta allegria in quel periodo in produzione. Anche lui ha vissuto questo periodo di transizione, ha cominciato a fare il grafico poco prima dell'introduzione del computer. L'ufficio grafica nel comune di Modena è stata una cosa molto importante, legata sostanzialmente alla qualità della politica di welfare di questa Regione, in questa città in particolare. Noi lavoravamo per il Comune di Modena con le collaborazioni – poi è stato lì che io ho conosciuto Dolcini e sono diventato sua allieva perché il quel periodo lì che è stato prima dell'Olivetti per me, subito dopo quella fase del pc, subito dopo la scuola, io ho fatto questo primo passaggio e lì con Dolcini abbiamo fatto delle cose abbastanza epiche: c'è stata una rivista che si chiamava *Autobus*, che era dell'Assessorato alla Cultura, poi abbiamo fatto tante altre cose insieme, dalle Estati Modenesi, al Teatro Comunale di Modena... tantissime cose, anche come Kennedy. L'altra cosa di Modena che può essere interessante è che comunque c'era una grande qualità della produzione musicale, c'era anche molta attenzione al teatro. Non a caso Oscar Goldoni, il nostro terzo socio che era più grande di noi, era uno del gruppo Equipe 84, amico di Guccini. Io andavo a ballare allo Snoopy dove faceva il disk jockey Vasco Rossi, c'era un bel clima dal punto di vista della musica. Poi c'era l'altra cosa forte di quello periodo era lo sport, il volley. Avevamo questa cosa del volley, c'era una vitalità molto legata alla cultura, lo sport ma soprattutto alla qualità del welfare, del servizio alle persone, alla socialità delle persone, che era estremamente evoluto, grazie a dei sindaci illuminati, a degli assessori alla cultura altrettanto illuminati e quindi ad una disponibilità di muovere delle idee. Anche l'ERT è nato qui: tutti i dirigenti dell'ERT sono modenesi: Pietro Valenti, Teatro delle Passioni... Ci sono state delle cose molto importanti, che sono partite da qua: per esempio avevano un teatro, si chiamavo i residenziali: questo Thierry Salmon, autore teatrale che adesso è morto, aveva dei residenziali. C'era un fermento, era una situazione che era comunque sostenuta dall'amministrazione pubblica, questo era quello che accadeva! Se c'erano delle persone che avevano delle idee, il pubblico non si tirava indietro, cercava in tutti i modi di dare fiato, di dare ossigeno, di dare spazio e questo ha prodotto delle belle cose, è una pratica che potrebbe continuare ad essere adottata. Adesso siamo tutti un po' affaticati.

P. A Modena e nelle zone limitrofe c'è un indotto industriale specializzato in abbigliamento e accessori di vario genere, secondo lei, quanto l'esistenza di questa committenza sul territorio ha influenzato la diffusione di una comunicazione più sperimentale? Oppure non è avvenuta questo tipo di sodalizio?

O. Secondo me c'è sempre stato, più che collaborazione, un po' di invidia e gelosia: noi grafici che ci occupavamo di sociale, di cultura avevamo comunque un occhio di piacevole attenzione rispetto al fashion design. Se poteva capitarci, ci faceva piacere incrociare per ragioni di lavoro qualche operazione legata a qualche brand di moda. Era più una voglia, perché poi erano gli anni Ottanta: gli anni '80-'90 il periodo dell'edonismo reaganiano! Ci chiamavano da queste riviste, da questi periodici per farci l'intervista proprio perché eravamo dei grafici modaioli e ci abbinavano magari anche... erano riviste anche di fashion, allora eravamo molto lusingati, non disdegnavamo! Anche se facevamo i comunisti, c'era comunque un'attenzione piacevole a questo mondo. Però non era una linfa vitale, almeno per il mio lavoro: era un abbinare, divertente ma marginale. Erano gli anni di *Frigidaire*!

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali sulla grafica italiani e internazionali?

O. Sicuramente Milton Glaser. Glaser e Diego Birelli erano i due miti, Milton Glaser di più, io lo trovavo assolutamente imparagonabile, in quel momento. Poi sicuramente al 90% era Dolcini, credo che sia stato lui il mio imprinting assoluto, la qualità anche culturale di interpretazione e di conoscenza. Era un uomo molto colto e molto ricco di suggestioni: non solo mi ha insegnato

grafica, ma mi ha insegnato la ceramica, a tornire la creta, a fare l'orto, ad arredare una casa con determinate regole. Aveva veramente delle suggestioni complessive che poi riportavano tutte lì, perché era sostanzialmente una necessità di gestire la comunicazione, di dare una struttura ad un messaggio.... lui ha lavorato tantissimo per la Scavolini e per la TVS che fa padelle! Per cui queste due aziende dietro hanno una cucina c'è un mondo, c'è un universo di questi che fanno sushi e quindi usano determinata oggettistica per produrre, era tutto un integrarsi di conoscenze, di cultura della vita che arrivavano poi dopo ad avvicinarsi a questo mestiere che abbiamo fatto, che faccio ancora.

P. Quando ha avviato il progetto dello Studio Kennedy?

O. Era prima! Era, direi, tra il 1981 e il 1982, quegli anni lì. Poi dopo sono andata a Milano 3 anni lavorando per Olivetti, però erano quegli anni lì. Dopo io, nel 1990-89, in realtà quando ho preso il mio primo computer Apple avevo già fondato la mia agenzia che si chiamava Venida. Si chiama ancora Venida ma io sono uscita da Venida 5 anni fa, avevo una necessità di ritornare ad essere una libera grafica pensante, perché ero diventata un'imprenditrice della comunicazione, per cui avevo abbandonato i processi creativi: erano diventati marginali ai processi commerciali, non avevo più voglia di avere dipendenti, di vedere commercialisti, di queste robe qua. Quindi sono tornata ad aprire una mia partita iva, da cinque anni continuo.
Un altro dei miei maestri, che però mi sono scordata di accennare, in realtà è ed è stato Luigi Ciotti. Io ho seguito questa avventura di leader dalla sua nascita, nel senso che ho costruito dal marchio al nome 25 anni fa ed è l'altra persona che mi ha segnato tantissimo nella mia carriera di grafico.

P. Qual era secondo lei il panorama della grafica in Italia negli anni Ottanta e Novanta? Che tipo di consapevolezza c'era rispetto alla propria professione?

O. Secondo me, c'è questo confine degli anni Novanta. In realtà prima c'era molta più cultura della professione. C'era un'attenzione - per dirti, quando io mi sono iscritta all'AIAP, era l'83, per iscrivermi venivo accettata solo se presentata da 3 grafici autorevoli, tra questi c'erano Pieraccini, Dolcini e questa commissione doveva esaminare almeno una decina di lavori perché potessero accettarmi e inserirmi come iscritta junior all'AIAP. Poi dopo 2-3 anni diventi professionista... per esempio, anche l'AIAP, con Giovanni Anceschi, in quel periodo avevano scritto il manifesto del grafica di Pubblica Utilità... c'è stato proprio una attenzione anche accademica rispetto alla nostra professione, che era profondamente alta come livello. Dopodiché si è tutto un po' trasferito e omogeneizzato probabilmente in quella che è la cultura complessiva della produzione commerciale, quindi il valore delle grandi agenzie è diventato linea guida per come affrontare un po' tutti i progetti. Probabilmente si è un po' standardizzato: non dico che si sia abbassato, perché sarebbe scorretto e ingiusto, perché come sono continuati ad esserci episodi di grandissima qualità culturale, che vanno anche dall'esperienza di Fabrica di Benetton, alla qualità delle persone che sono uscite dall'ISIA di Urbino: hanno fatto e prodotto delle situazione professionali, comunque c'è ancora bisogno di grafica altissima, è questa la necessità che continua ad esserci, però sicuramente è meno diffusa e valorizzata di quanto probabilmente quello spazio culturale del pre '90 lo era determinato, quel discorso che facevo all'inizio: dalla necessità dei grafici all'avvento del Mac, c'è stata la costruzione di una professione che aveva in qualche modo un'attenzione, una valorizzazione molto di qualità. Un'altra cosa dell'AIAP è che io mi ero iscritta perché c'era questa intenzione di arrivare a fare l'ordine dei grafici. Se tu ci pensi ancora oggi, le professioni del design non sono tutelate, non esistiamo: io sono stata per anni dentro all'ambito del commercio, ma di cosa stiamo parlando! Pretendo dei bozzetti e delle immagini, però non sono un commerciante. Se tu pensi agli ingegneri, agli architetti, i giornalisti... sono professioni che hanno una dignità, una tutela riconosciuta. Adesso, ancora di più, vedrai che non se ne parlerà assolutamente di creare... anche i fotografi, sono dei commercianti!

P. Si è mai parlato del passaggio della professione dall'analogico al digitale e di quali trasformazioni sono state apportate nella professione? Che ruolo ha avuto la committenza nella diffusione delle nuove istanze visive digitali?

O. La committenza, l'ha percepito e l'ha svalorizzato. Sono girati anche un sacco di giochi tra noi grafici sul fatto del cliente che ti chiede "Metti anche quel logo? Ma non si può ingrandire un po' di più? Ma perché invece di quel font, perché non usi il Comic Sans?", queste robe qua. C'è stato un appropriarsi da parte dell'utenza di quella che era una capacità di utilizzo degli strumenti, che allora chiunque si sente in grado di essere art director, diventi direttamente solo perché sai usare meglio word, ti è venuto il trip... Tutto questo ha svalorizzato completamente, ha dato poco senso in qualità al nostro mestiere. Questo da parte della committenza, un grande guaio: il digitale introdotto a questo livello ha prodotto un grande guaio per la progettazione grafica. Invece, per quanto riguarda la [professione], a parte lo sconcerto iniziale di cui ti dicevo prima, in realtà è stato un fenomeno di grande evoluzione secondo me, da un punto di visto del contenuto, del processo progettuale, dell'esito della progettazione. Quindi è stato un cambiamento forte, faticoso però necessario e molto utile nell'aspetto professionale, nella cultura del mestiere.

P. C'è un tuo progetto che rappresenta al meglio i primi anni del passaggio al digitale?

O. Forse il mio primo manifesto per Libera, che era un mix incredibile tra quella che è la manualità precedente con la strumentazione digitale. Te lo condivido sul monitor. Questo post in realtà vedi che l'utilizzo dei font è già fatto, però la scansione di quelle spighe era comunque una roba fatta con uno dei vari album della Dover che io acquistavo, dove c'era queste immagini dei primi dell'800, queste incisioni su legno. Era una scansione digitale, un riempimento digitale che qui viene un po' deformato ma è più o meno così. Questa forse è uno dei passaggi meglio riuscita. Poi in realtà è una tecnica vecchia semplicemente realizzata con i computer.

P. Hai iniziato a lavorare per Libera agli inizi?

O. Sì. Nel 1994 ho realizzato le prime campagne, da allora io continuo a seguire l'associazione come l'art director.

Luciano Perondi

type designer e progettista grafico
▶ via Skype
24.04.2019

P. Qual era lo scenario della tipografia negli anni dell'avvento del computer?

P. Intanto le racconto delle tecnologie che si utilizzavano per la progettazione tipografica [...] Icarus era un sistema di acquisizione pertanto aveva una modalità per cui si doveva per forza passare dal disegno manuale, invece Fontographer del 1984, mi pare, era il primo software di disegno vettoriale per la grafica quindi tutto il discorso di caratteri viene retrodatato di una decina di anni, chiunque faceva caratteri aveva già incominciato anni prima. Effettivamente l'unico ad avere visto per prima l'evolversi delle cose è stato Piero De Macchi. All'inizio ho lavorato con lui, dopodiché lui ha lasciato perdere la tipografia, già ai tempi era abbastanza vecchio, quindi sicuramente ha vissuto questo passaggio in maniera significativa. Aggiungerei anche Martino Mardersteig, loro hanno fatto il passaggio al digitale al contrario di Tallone che non ha mai fatto questo passaggio restando in una nicchia più o meno dorata. Invece Mardersteig ha digitalizzato dei caratteri, ecco quello che è successo è molto controverso. Giovanni Lussu non ha fatto caratteri se non dopo, insomma lui parlava di design parametrico all'inizio degli anni 80, considerando che un fatto importante è stato il suo libro *Farsi un Libro* che in qualche modo riassume il discorso analogico della tipografia inteso come composizione del libro. Infatti per tipografia si intende quella di Lussu, cioè la composizione tipografica, mentre il resto faceva dei caratteri, noi per l'appunto abbiamo vissuto un vuoto. Il volume Farsi un libro è stato tutto composto con un metodo offset, all'interno viene spiegato come farsi un libro nella vecchia maniera. C'è stata una situazione anche piuttosto spiacevole, ad un certo punto si sono perse tutte le pellicole, le documentazioni, così l'hanno rifatto impaginato digitalmente e quando Lussu si è accorto è intervenuto dato che molte copie, le quali girano tutt'ora, non sono realizzate analogicamente, così sono state fatte varie scansioni e usciranno le copie scansionata del libro originale. È un libro cruciale perché pone un punto in cui viene abbandonato quel modo di fare grafica per passare ai software. Praticamente nel 1992-93 si compie la rivoluzione digitale e nel 1992 avviene la rivoluzione digitale dei caratteri, non c'è più nessuno che disegna, di fatto la produzione di caratteri per stampa tradizionale e per offset si conclude nel 1992. Praticamente deve considerare una parentesi, un anticipo di almeno una decina di anni per quanto riguarda i caratteri. Consideri che in Italia tutto ciò ha coinciso con la chiusura della Nebiolo e da lì praticamente è rimasto Novarese che è andato avanti qualche anno a fare caratteri RTC, e De Macchi il quale alla fine credo abbia fatto caratteri come studio autonomo. Ricordo Iveco, pero già in forma digitale, non vorrei sbagliarmi, ma pagine gialle erano nate già nella forma digitale. Piero privilegiava il disegno a mano, era fermamente convinto, così faceva le forme a mano, era abituato e lo faceva facilmente.

Tutti gli altri si sono mossi direttamente col digitale, in particolare Fabrizio Schiavi era un assertore di questa cosa qui, ma anche Claudio Piccinini sono tutti nati con l'ondata di *Emigre*.

P. Che tipo di influenza ha avuto la letteratura di settore internazionale sullo scenario grafico italiano?

P. Uno dei primi lavori che facevo era per Mario Piazza, dal 1998 al 2000. Mi ricordo che di fatto un po' della mia formazione era legata alla biblioteca che era in studio, lui come Giovanni Lussu erano molto attenti a fornire le loro biblioteche, Lussu addirittura seguiva la tipografia internazionale dagli anni Sessanta. Questo sicuramente è un aspetto importante, dall'altro lato c'era Giancarlo Torri con una forte formazione che proveniva dall'est Europa. Se si guarda le persone che ho citato quindi da Piazza a Pescolderung a Lussu, hanno, in particolare Lussu il quale a livello intellettuale svetta sugli altri, una fortissima originalità rispetto al pensiero internazionale, nonostante fossero informati dal mondo esterno. Non c'era una forte specificità nel design italiano e non c'era la forma di sudditanza che c'è adesso verso il mondo anglosassone. Quest'ultima, per quello che mi ricordo, è iniziata fortemente negli anni Novanta con la questione della Germania, con Erik Spiekermann, Otl Aicher. Ricordo in particolare Antonino Benincasa che non ha sempre fatto un professore, bensì per un breve periodo è stato il designer più in voga di Milano con il suo studio, era un po' la super star. Aveva portato in Italia questa estetica che è molto collegata allo sviluppo estetizzante della scuola di Ulm dove ha lavorato anche Medardo Chiapponi. Benincasa è chiaramente cresciuto nel passaggio tra l'analogico e il digitale e soprattutto il suo arrivo è stato interessante nell'ambito italiano perché ha portato uno stile fortemente imitato invece uno come carichini aveva il riferimento della musica, della discoteca che gli arrivava dall'influenza riminese.

P. Una delle altre dicotomie individuate e che noto come peculiari del periodo dell'indagine, emersa sia dalla consultazioni delle fonti sia dall'intervista con Francesco Messina è la dualità nella committenza che spacca in due i luoghi della grafica: uno più centrale, riferito alla realtà milanese, l'altra più periferia. È interessante notare come a Milano si sia lavorato in un certo modo durante il passaggio dall'analogico al digitale e invece nel resto di Italia si reagisce diversamente. Confermerebbe questa mia constatazione?

P. Basta guardare i nomi, quella che citi era una caratteristica italiana evidente fino alla fine degli anni Novanta poi si sono scombinate le carte. Alberto Lecaldano è un altro nome che è stato in mezzo. Comunque guardando le persone, Milano e Roma che allora era sicuramente più importante di adesso, e poi una serie di centri di medie dimensioni legati ad un mercato suddiviso fra lo studio Vetta/Tassinari, Gianni Sinni, e tutti quelli della riviera romagnola, poi Massimo Casamenti di Ravenna, insomma tutta una serie di figure che praticamente hanno sviluppato realtà importanti in centri periferici. Tutto ciò era legato ad una caratteristica italiana più forte negli anni Novanta piuttosto che adesso, ovvero quella di avere una serie di città, l'Italia e le mille città. Adesso c'è una polarizzazione molto più forte su Milano comunque un concentramento di persone, per cui la periferia si è marginalizzata molto rispetto al Novanta. Però mi ricordo che allora c'era un equilibrio, a Milano una quantità di occasioni, di risorse che non è paragonabile ad altri posti però anche loro avevano singolarità molto specifiche ed interessanti. Anche un grafico in periferia poteva sviluppare cose interessanti collegato a realtà specifiche ad esempio Massimo Dolcini. Poi è chiaro che, ad esempio, vedendo la zona di Dolcini adesso rispetto a una volta in cui c'era una situazione industriale florida, non c'è più niente. Sono rimaste due o tre imprese, per cui non sarebbe possibile creare realtà importanti. Detto questo in realtà tutt'ora ci sono realtà importanti fuori Milano senza, ma una volta la multipolarità era senza alcun dubbio molto più evidente. Poi chiaramente Milano è esplosa, Roma è implosa e i piccoli centri sono diventati sempre più marginali e quindi questa cosi qui si è accentuata, però la percezione che ci fosse maggiore originalità e multipolarità era allora abbastanza evidente. Tra i vari nomi c'era anche Roberto Gobesso che ha lavorato con i quotidiani e la rivista i quali attraverso la digitalizzazione hanno subito una trasformazione straordinaria.

P. Non conosco Roberto Gobesso, è stato un docente dell'ISIA di Urbino?

P. Credo insegni tutt'ora all'ISIA, credo che essendo però sulla settantina sia sul punto di andare via.
Sicuramente questi hanno visto bene la situazione, intendo la questione dell'internazionalizzazione per la quale è importante indagare l'Aiap ovvero Mario Piazza. Internet non esisteva in Italia fino al 1998-99,

così l'Aiap ha avuto una funzione importantissima, di fatto era il collegamento con l'internazionalità con tutto quello che ad alto livello succedeva. L'Aiap era il canale, è stata un'associazione cruciale tralasciando i difetti di gestione, ma la cosa fondamentale era innanzitutto il fatto che raccogliesse veramente il quadro dei grafici italiani più importanti e dall'alto che avesse un interesse verso l'internazionalità. Poi c'erano anche i grafici che non sono mai stati soci Aiap, tra cui Lepnardo Sonnoli e Paolo Tassinari che rimanevano fuori volutamente, ma facevano comunque parte delle manifestazioni dell'Aiap. Era fondamentalmente l'associazione che a livello italiano radunava le persone, infatti al suo interno c'erano i migliori grafici in circolazione. Appunto tolti quelli che non volevano stare all'interno dell'Aiap, c'erano dentro Marco Ricci Tortoioli, Bubbico, Mario Piazza, Gianni Sinni era in qualche modo quasi rappresentativo e poi erano tutte le parti d'Italia. Nel senso che l'Aiap era a Milano centro, ma il direttivo aveva delle ramificazioni molto ampie, un direttivo che col tempo si è sciolto per vari motivi, ciononostante era un ente importante, ma sempre meno visibile.

P. Visto che si è anche stato autore di alcune pubblicazioni, secondo lei, perché non è stata prodotta della letteratura rispetto alla storia della grafica italiana di quel periodo? E perché non si è sviluppato un dibattito attorno al passaggio dall'analogico al digitale?

P. Di certo era legato anche alle persone che lo facevano, questo sicuramente, ma aveva comunque un suo valore, infatti l'Aiap non era legata a un unico gruppo, c'era Roma con il periodico *Calligrafia*, Napoli con un'altra rivista. Dell'Aiap è stato importante il notiziario, dopodiché per capire il passaggio al digitale guarderei il catalogo delle mostre, il notiziario Aiap e le riviste che uscivano. *Calligrafia* è stata ripubblicata per la casa editrice Stampa Alternativa. Quello che emerge dal notiziario è molto connesso con quello che era l'Aiap, c'è una forte trasposizione, non c'era altro sotto. Non ho presente una situazione per cui l'Aiap facesse più di quanto c'è traccia, tutto ciò che veniva fatto diventava piccole pubblicazioni. Piazza era molto abile in questo, ricordo una pubblicazione che era praticamente stata fatta nel 1997, ricordo di aver pagato la quota, dove aveva raccolto tutte le lettere dei grafici che avevano pagato la quota associativa, come puoi capire, anche le cose più marginali venivano fuori. Se ci fossero stati i social, Piazza sarebbe stato il re perché riusciva a trasformare qualsiasi cosa in una pubblicazione. Non c'era qualcosa fatto o detto in Aiap che non emergesse nelle pubblicazioni. Forse la *Carta del Progetto Grafico*, Giancarlo Torri sta facendo un libro su questa cosa, con tutte le riunioni sulla carta del progetto grafico, tra cui partecipava anche Giovanni Anceschi. Lui era stato un mio professore e ricordo quanto fosse impossibile capire le sue lezioni se non si leggevano prima le fonti preparative. Effettivamente Anceschi in quegli anni aveva un ruolo molto più significativo rispetto ad ora, lui chiaramente è andato in pensione però in quel epoca tra i testi fondativi c'erano due suoi, quelli di Lussu, tra cui *La lettera Uccide* o *Abecedario* di Sergio Polano o il volume di Giorgio Fioravanti che però è un po' più tecnico. Un altro libro cruciale, secondo me, cioè considerato libro di riferimento è la pubblicazione *Vedere con il disegno* di Manfredo Massironi. I testi sacri al tempo erano i loro che ripensandoci, rispetto al panorama internazionale, sono molto originali e intellettualmente molto più avanti rispetto anche agli olandesi. Erano interessanti i fratelli Van Brokland , che parlavano dell'idea di algoritmizzazione della tipografia, ma è molto elementare e superficiale. Se va a leggere Anceschi invece non è la stessa roba. Secondo me, l'estrema profondità era una caratteristica di quel epoca, poi chiaramente un altro aspetto che le verrà raccontato di questa generazione è il fatto che fondamentalmente alla fine degli anni Ottanta, peccato che non c'è più Roberto Pieraccini, perché lui aveva una conoscenza enciclopedica, la cosa cruciale è stata la divisione tra la grafica e la pubblicità. Proprio durante la presidenza di Giancarlo Iliprandi nell'Aiap c'è stata la separazione tra grafica e pubblicità con la base a Milano piena di grafici che facevano un sacco di soldi e se ne fregavano di tutto. Fondamentalmente facevano pubblicità, erano artisti pubblicitari, quindi era anche una qualità di un certo tipo. Così l'Aiap non ha più voluto fare quella roba considerandola commerciale e si è intanata in cose che non avevano la stessa forza facendosi sfilare la questione del brand dalle grosse agenzie, ad esempio Leftloft che è diventata un'agenzia. Ricordo che loro hanno iniziato con il digitale, erano ragazzini in quegli anni. Quando ho iniziato io c'era già Leftloft, avevano 25 anni ed erano in quattro dietro un computer a lavorare, sono riusciti a fare il salto e a diventare un'agenzia, prendendo una fetta dei brand, una consapevolezza che è sfuggita di mano anche ai grafici più importanti. I grossi brand ormai sono in mano ad agenzie molto grandi o specializzate nel branding. Il grafico internazionale o ha fatto questo salto o vivacchia di varie cose. Ad esempio Pescolderung che è un architetto, riesce a fare queste grosse segnaletiche, quindi tramite l'architettura riesce ad entrare nel mercato, come anche i lavori di Silvana Amato. Sebastiano Castiglioni e soprattutto la moglie americana, avevano fondato la prima fonderia di caratteri digitali in Italia nel 1993, se ricordo bene. Io ho aperto lo studio nel 2003 e vivevo di caratteri, da allora bastavano pochi anni perché diventasse sostenibile, purtroppo non era presente o ipotizzato nella cultura all'epoca, ma anche a livello internazionale si era autodidatti.

P. Quali sono stati i fondamentali cambiamenti dello scenario della grafica italiana negli anni Ottanta e Novanta?

P. Negli anni Settanta si è diffuso molto il concetto di agenzia pubblicitaria il cui l'obiettivo era quello di fare più soldi possibili, era un lavoro abbastanza lucrativo. Dopodiché non lo è stato più, quindi c'è stati un salto di scala molto grosso, in cui il progettista grafico non è più associato all'idea di lucro. O meglio la divisione tra grafici e pubblicitari nel passato è sempre stata molto netta. Poi a fine anni Novanta e Duemila c'è stata la bolla di internet in cui sono stati coinvolti alcuni studi di grafica che si sono trovati a passare da un miliardo di lire a 200 milioni di fatturato nel giro di due anni. Così è cambiato il lavoro slegandosi dalla pubblicità e dal lucro, versando su altri canali completamente, anche se erano rimasti alcuni all'interno del settore pubblicitario. L'Art Directors Club si è formato a metà degli anni Novanta quando si è sentita la necessità di un'altra associazione con gli Art Director. Benincasa era un progettista e la sua fortuna è stata quella di portare un linguaggio interessante attraverso i suoi progetti, di fatto ha condizionato, a metà anni Novanta, il linguaggio grafico milanese. Ad un certo punto Rotis e Vetta erano ovunque e fondamentalmente l'utilizzo del Rotis l'aveva portato lui e così credo anche i file dei caratteri, perché prima giravano cosi, non credo di avere visto caratteri legali in Italia almeno fino al 2000. Quando ho aperto lo studio mi davano del pazzo perché era una cosa impossibile, ma alla fine c'era un totale vuoto e io ero lì e di fatto non è stato impossibile pero effettivamente i caratteri arrivano proprio come Massimo Vignelli e Helvetica, di contrabbando. Vetta e Rotis fino al 2000 erano presenti su qualsiasi cosa che uscisse in Italia, erano un po' i caratteri dogma. Poi chiaramente i caratteri che venivano usati erano quelli sufficientemente contemporanei e allo stesso tempo rassicuranti, la roba di Alessio Leonardi o Fabrizio Schiavi erano troppo, cioè andavano bene per i dischi, ma non certo ad una committenza aziendale.

P. Queste sono le ragioni per cui individuo una dicotomia anche negli atteggiamenti tipici della committenza in quegli anni. Da una parte c'è quella tradizionale che richiede un certo tipo lavoro, più conservatore, e d'altra i progetti legati alla cultura, all'ambiente musicali piuttosto che alle case editrici che sembrano propense alla sperimentazione del digitale. Che cosa ne pensa?

P. Da tenere in considerazione che quella roba lì era la prima che ha preso l'aspetto digitale e l'influenza estera, ma la meno remunerativa, dire editoria vuol dire qualcosa che è diventata esponenziale col web, coi social. C'è stata la mistificazione del grafico nel senso che tendenzialmente personaggi come i Metahaven non vivono delle cose strafighe che si vedono. Poi si scopre che uno fa principalmente l'insegnante, l'altro ancora che ha una serie di committenti, è un bisogno relativo al fare i fatturati, insomma se si va a scavare c'è una differenza tra studi veri e mistificazione, quest'ultima è affascinante, ma non corrisponde a un reale mercato. Personaggi come Pieraccini che al suo tempo curava la comunicazione dell'Olivetti, ma utilizzando le machine di nascosto, faceva le fanzine sperimentali e le pubblicazioni del '68. Se vai a sondare sotto, in realtà, c'era una situazione che era l'opposto, quello che apparentemente vendeva era la grafica tradizionale, ma sotto faceva tutta una serie di sperimentazioni estreme. Se va a vedere le riviste di quegli anni c'era una roba che ovviamente non è mai stata la cosa di cui le persone vivevano e su molte cose succede così.

P. Ritiene che potrebbe essere utile considerare l'esperienza della rivista *Climax* nella ricostruzione delle vicende degli anni Novanta? Qual è il panorama della tipografia digitale italiana sempre nello stesso periodo?

P. No, però, secondo me, dovrebbe intervistare Fabrizio Schiavi o Alessio Leonardi che saprebbero dirle tutto. Sulla questione *Italic 1.0* allora Silvia Sfligiotti le saprebbe dare un quadro della situazione anche se tale volume rappresentava un'arretratezza significativa. Nel 2002 è uscito *Italic 2.0*, di fatto in quegli anni nessuno faceva veramente i caratteri per mantenersi a parte Schiavi e gente dell'estero. Quello che emerge è gente che

modificava i caratteri, ma tutto senza una continuità vera e propria. Appunto nel 2003 Schiavi ha iniziato a fare lavori più grossi, io ho aperto uno studio, e si sono mossi anche gli studenti, di fatto il design del carattere italiano ha avuto una grossissima espansione e si è allineato a esperienze internazionali. Guardando *Italic 1.0* si vede che eravamo tanto indietro e si era esaurita l'esperienza, tolto Novarese che nel 2002 aveva già settant'anni, quando ho aperto lo studio era già andato in pensione. Tolta la qualità dei caratteri Giò Fuga, tendenzialmente lui ha sicuramente avuto un ruolo importante sia per quanto ha divulgato via internet sia per quanto, di fatto, è stato anche attento a quello che succedeva al di fuori, poi il suo problema è che fondamentalmente non ha mai avuto grosse commesse e non era particolarmente abile. Per abilità non intendo una questione di gusto perché alla fine tendenzialmente uno ha un gusto che è più o meno in sintonia con quello che viene fatto al momento però, fondamentalmente, ci sono delle questioni anche tecniche, materiali di abilità nel disegnarli i caratteri. Fuga effettivamente aveva qualche difficoltà, ci sono capacità professionali, così come la sintonia con gli stili del momento per cui se uno fa le cose in una determinata maniera, ma in quel momento non vanno allora non vende. I caratteri sono profondamente soggetti al mercato e questo è abbastanza indiscutibilmente. Detto questo Giò Fuga comunque ha avuto una certa importanza e non si può assolutamente trascurare.

Gianluigi Pescolderung

progettista grafico
▶ Venezia
14.05.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

P. Lo studio Tapiro, come è risaputo, è nato nel 1979 ed è stato fondato da me assieme a Enrico Camplani, con cui ho condiviso lo stesso percorso formativo degli anni precedenti all'università, arrivando poi alla facoltà di architettura. Già scegliere architettura ha consolidato la nostra amicizia, nata prima in concomitanza di una primissima attività di graphic designer, iniziata per passione tra i banchi dell'Istituto d'arte e dell'Istituto per geometri, abbiamo persino superato l'esame aggiuntivo per poter entrare ad architettura! Quando eravamo a Venezia siamo stati anche studenti dell'UIA diretta da Giuseppe Mazzariol, una scuola nata sulle ceneri del Corso Superiore di Disegno Industriale, protagonista della scena di quegli anni, dove abbiamo seguito con Enrico degli studi in design visuale. L'UIA per quanto fosse modesta, aveva la figura di Mazzariol come riferimento importante e in questa scuola la ricerca artistica era fortemente mescolata con il design e con chi si occupava di design. Infatti è stata un po' quella scuola a scardinare le rigidità di una formazione di tipo più tradizionale e ad aprirci verso una visione diversa, più aperta. A questo contribuì ovviamente anche l'aver frequentato architettura, perché ritengo di esserle debitore per una formazione disciplinare importante, soprattutto nell'aver costruito un'idea della grafica che fosse strettamente legata all'idea della costruzione della città. Questa visione se vogliamo è un po' olistica – anche se il termine non è corretto – però è un po' una visione dall'alto, di vedere tutte le attività umane operare in un contesto che è sempre il territorio, la città, è stato un aspetto determinante.
Altro elemento importante legato alla nascita dello studio è stata l'influenza del postmodernismo – come sempre però queste sigle sono un po' delle scatole strette, perché ognuno dà l'interpretazione che vuole e le fa diventare una sorta di religione del pensiero –. Quando invece, in realtà, il postmodernismo con la 'p' minuscola è un processo che prendeva forma in quegli anni e diciamo che incominciava ad essere dichiarato e che riguardava la cultura in tutti i suoi aspetti, nella teoria del pensiero debole, eccetera. Noi siamo cresciuti in quel clima lì quando frequentavamo architettura, abbiamo anche una prova tecnica che stavamo navigando in quelle acque, perché noi siamo stati i progettisti grafici che hanno impaginato la prima versione italiana del volume *Learning from Las Vegas* di Robert Venturi, che è stato un po' il padre del postmodernismo. Venturi veniva in studio da noi e si lavorava al suo libro, era una frequentazione limitata al alle questioni lavorative del volume, seppure in quelle occasioni si ascoltava e si capiva questo vento nuovo, che forse era molto osteggiato, troppo osteggiato per alcuni esiti formali e plastici con i quali è stato identificato questo movimento. Però aver fatto coincidere quegli esiti al pensiero, credo sia stato un po' speculativo e abbia distolto l'attenzione da qualcosa che stava accadendo e che poi ha dimostrato negli anni successivi che era così, cioè che il nuovo stava prendendo una forma diversa dal modernismo e da coloro che erano profondamente convinti portatori di quelle istanze.

P. Come è avvenuta la conoscenza di Robert Venturi? Com'è arrivato ad affidarvi l'edizione italiana del volume?

P. In realtà il passaggio è stato attraverso l'editore dell'Università IUAV che individuava nelle nostre figure una realtà giovane e interessante con cui collaborare. Poi sicuramente eravamo connotati dalla passione per questo lavoro e gli altri lo sapevano, poi ci sono le conoscenze, ovvero c'è sempre nel flusso della committenza un aspetto di ordine temporale e generazionale, cioè c'è un modo di ricevere certi incarichi per il semplice motivo che sei giovane e fai parte di quel contesto, in cui le cose stanno prendendo forma.
Il nostro grande salto è stato quando ci ha chiamato a collaborare con la Biennale di Venezia Paolo Portoghesi, quando divenne Presidente della Biennale nel 1983, che restò in carica per quasi un decennio se ricordo bene. Quindi è stato un presidente importante. Arrivò a diventare presidente della Biennale dopo l'esperienza curatoriale della mostra leggendaria di *Strada Novissima* del 1980, esperienza di architettura sempre postmoderna, un passaggio davvero significativo per la cultura italiana perché aprì nuove visioni e prospettive alla cultura progettuale italiana, architettonica e non.
Il primo manifesto che noi progettammo per la Biennale di Venezia, fortemente osteggiato in termini critici rispetto al contesto culturale-grafico, è stato nel 1984 per la Biennale Arte diretta da Maurizio Calvesi. Manifesto realizzato con fotocopiatrice e metodi di costruzione della figura e della tipografia manuali tradizionali, a cui erano collegati dei cataloghi e tanti altri artefatti. Però diciamo che quell'immagine, poi ripensandoci dopo anni, uscì con molta sofferenza, perché avevamo una comunità contro e a sostenerci c'erano solo Calvesi e Portoghesi, quest'ultimo molto divertito da questa 'nuova grafica'. Credo che lì si siano tagliati i nostri ponti con la grafica più tradizionale e conservatrice, più modernista.

P. Quando ha iniziato a utilizzare il computer? Ricorda che modello ha usato?

P. Nello studio il primo *Macintosh* è arrivato nel 1989, quando avevo 36 anni, quindi non ero più un ragazzino. Arrivò nel nostro caso senza particolari passioni di natura tecnologica e informatica. Arrivò come erano arrivati tanti altri strumenti nel nostro percorso, a partire dai telai di serigrafia negli anni che precedettero la nostra venuta a Venezia. Avevamo un piccolo laboratorio di serigrafia. Arrivò e fu accolto come erano stati da sempre accolti da noi gli altri strumenti, con un atteggiamento molto sperimentale e di ricerca. Vorrei accostare alla ricerca, anche lo spirito del divertimento, perché per noi occuparci di questo lavoro voleva dire anche divertirsi e affrontare un momento di rinnovamento. Divertirsi significava evolvere e non ripetersi, magari in alcuni casi è successo, ma ha comunque fatto parte di un processo. Quindi per noi il computer è stato uno dei tanti marchingegni utili alla professione.
I nostri principali committenti appartenevano al campo della cultura e della pubblica amministrazione, senza questo, secondo me, tutto il nostro lavoro è un po' difficile da comprendere, nel senso che per noi il concetto di collaborazione con l'azienda è arrivato molto successivamente. Quindi dominava il nostro lavoro questo tipo di committenza.
Ritornando al computer, il modello era un *Macintosh SE/30* dell'azienda Apple. Lei dovrebbe tenere bene a mente che quando nel 1989 è arrivato il computer non era il computer di oggi. Il *Macintosh SE/30* era una scatoletta che misurava 34*24*27 cm e aveva uno schermino di 20*20 cm, questo era il Mac quando arrivò allo studio Tapiro. Eh sì, era una magia perché digitavamo delle cose che diventavano scrittura e un pochino, molto vagamente, figura – arrivò soltanto dopo il trattamento della figura –. Ma la cosa che cambiava radicalmente e che davvero era la novità – ne avevamo parlato tanto con Massimo Dolcini ed era stato lui a convincerci di prendere un computer in studio, dicendoci: "è come avere la fotocomposizione a casa!" – e la fotocomposizione era il processo allora più avanzato in uso nelle tipografie per la composizione della scrittura. Noi ci recavamo in tipografia e davamo delle indicazioni sulla composizione che volevamo utilizzare, facendoci spesso aiutare da questi operatori tecnici che avevano studiato più tipografia di quanto la conoscessimo noi. E poi veniva fuori la nostra grafica pronta per la stampa!
Però la cosa interessante era che l'approccio nuovo alla composizione tipografica consisteva nel fatto che tu diventavi l'operatore coinvolto direttamente in questa 'fotocomposizione in diretta' – chiamiamola così – questo, secondo me, voleva dire tantissimo, perché stampavi

questi testi, te li ritagliavi, li appoggiavi sul tuo layout e questo ha voluto dire moltissimo. Ha incominciato a nascere nel rapporto figura e testo un approccio nuovo, erano ancora due mondi distanti quelli della figura e del testo, però in quei primissimi anni digitali incominciavamo a intuire che alla fine le due cose potevano intrecciarsi. Poi con la nostra verve un po' così da sperimentatori si era intuita questa cosa.
Di quel periodo va detta anche con molta consapevolezza che tutta la tecnologia costruita attorno al progetto del *Macintosh* della Apple è una tecnologia che mette al centro della sua, credo, particolare evoluzione la forma della scrittura. Quando Steve Jobs ha intuito che la scrittura, così come a noi nei secoli si era venuta a definire nel nostro immaginario che è di più del fare ma è proprio della nostra anima, andava ricostruita. Cioè non è un caso che nel suo unire i puntini è stata proprio la necessità di capire attraverso le sue lezioni di calligrafia il valore della scrittura, quest'ultima era l'interfaccia con la conoscenza e quindi chiaramente ci voleva una mente geniale come la sua, ma come tutte le cose vere ed efficaci l'intuizione è semplice, bisognava però operare naturalmente con un'interfaccia che facesse fare questo salto. A quel punto la tipografia diventava la protagonista e questo è un tema che a mio parere non è mai stato approfondito, perché Ewan Clayton è stato decisivo nella costruzione di questo pensiero e anche il suo testo, *Il filo d'oro. Storia della scrittura*, riporta delle considerazioni interessanti sul ruolo svolto dall'intuizione di Jobs sulla scrittura col computer.
Posso testimoniare che in uno studio grafico che arrivava alla tipografia con i suoi layout e con le sue idee, diventare improvvisamente dotato di uno strumento che in qualche modo spostava una parte dell'opera tipografica sotto lo sguardo diretto del progettista – che magari era ignorante e non la sapeva maneggiare, io primo tra tutti – faceva una grande differenza. Ovvio, bisognava usare la tipografia con la sapienza. Anche noi avevamo fatto un po' di scuola tipografica, però erano proprio le basi e quindi è chiaro che la vera composizione aveva bisogno di altri spessori, altri saperi. Noi ci occupavamo della configurazione dell'informazione, quindi avere la possibilità di accedere con più facilità a questa configurazione, che era il prendere forma della scrittura, mi ripeto, faceva davvero una grande differenza.

P. Quindi che cosa ha significato per lei l'avvento del digitale nella sua professione?

P. La domanda è a mio avviso una macro-domanda, per cui bisogna avere il corretto atteggiamento di smontarla e provare un po' a vederla pezzo per pezzo. Credo che le testimonianze che lei sta raccogliendo possano portare a una comprensione più ampia del fenomeno e più completa.
Dal mio punto di vista il nostro è sempre stato un approccio sperimentale ai dispositivi e avevamo già sperimentato con la fotografia, con la reprocamera e per noi il computer ha rappresentato un nuovo marchingegno del fare. Perché nella nostra formazione, nella nostra cultura, a guidare il progetto restava lo sguardo, il pensiero visivo, restava un atto intellettuale che era la vera guida del processo: il fare e il guardare. Il processo attraverso cui nasce l'artefatto visuale. Certamente per quanto riguarda la tipografia, ripeto, le cose cambiavano.

P. Che rapporto ha avuto con la tipografia digitale? È aumentato il numero di caratteri a vostra disposizione?

P. A me non sembra che da subito ci fosse una possibilità così ampia. Noi, anche forse per i nostri limiti, siamo sempre stati molto attenti a utilizzare caratteri che avessero dietro una storia importante, che fossero entrati nel mondo della scrittura con un'autorevolezza testimoniata dal tempo, per farti un esempio il Franklin Gothic o il Garamond. Non abbiamo mai avuto il fascino della tipografia svizzera, in questo siamo stati forse un po' limitati, perché mentre tutti correvano alla 'chiesa svizzera' che sicuramente era favorita, noi eravamo più nomadi, né peggio né meglio né più bravi né meno bravi, semplicemente l'approccio dell'*International Style* non lo sentivamo nostro, lo collegavamo a qualcosa che aveva fatto parte del passato e che oramai aveva fatto il suo tempo, non corrispondendo più alla nuova modalità di acquisizione dell'informazione, al nuovo sguardo e al nuovo lettore. Mi permetto di dire che personalmente abbiamo avuto ragione. A parte i recuperi di questi ultimi anni di quella tradizione, che è un po' come voler fare avanguardia in ritardo, io credo che tutto quello che è successo e vediamo è plateale la dimostrazione che l'ordine superiore, da Josef Müller-Brockmann agli altri, si è esaurito e si sono intraprese altre direzioni.

P. Restando nell'ambito della tipografia digitale, come ha vissuto la sperimentazione dei caratteri portata avanti dalle realtà internazionali come la rivista *Emigre*?

P. Con Enrico siamo stati divoratori delle pagine di *Emigre*. Credo che avessimo sottoscritto l'abbonamento, lo sfogliavamo incuriositi, cercavamo di cogliere tutti i dettagli nei limiti della nostra ignoranza rispetto a quanto ci fosse possibile allora comprendere quella realtà.
Credo che una figura come quella di April Greiman, che abbiamo conosciuto a Venezia in occasione della mostra *Pacif Wave* del 1986, aveva dietro una storia fatta di scuola di tipografia e noi quella storia non ce l'avevamo, noi ne avevamo un'altra. Il nostro contributo alla grafica poteva essere di un tipo diverso, ma non quello. Secondo me, tutta l'avventura di *Emigre* in Italia è stata vissuta come qualcosa di compreso a metà, forse è stata più subita, perché quello di cui noi ci sentivamo capaci era quello di essere interpreti di un pensiero più tradizionale, più classico sulla tipografia. Gli statunitensi erano tanto avanti sulla tipografia! Però c'erano le scuole dove la insegnavano, c'erano professori autorevoli con importanti storie, quindi dov'è che si insegnava tipografia da noi in Italia? Da nessuna parte. Quindi non potevamo inventarci una via italiana alla tipografia sperimentale degli anni Ottanta, mancavano i presupposti. Sicuramente ci sono state delle figure interessanti che hanno dato un contributo importante – sono tutti aspetti che andrebbero analizzati – ma non saprei farti i nomi. Cioè ho sempre avuto l'impressione che ci fossero alcuni che intraprendevano delle vie personali sulla tipografia, scegliendo e utilizzando un carattere distintivo del proprio lavoro, come una sorta di cifra stilistica.
Noi le prime importanti testimonianze sul mondo della tipografia abbiamo cominciato a leggerle conoscendo Giovanni Lussu, che io ed Enrico abbiamo sempre un po' considerato come un punto di riferimento. Però Lussu ha sempre portato avanti il discorso sulla scrittura e non sulla tipografia, lui ha tradotto volumi importanti su quest'ultimo argomento, ma ragiona nello specifico sul concetto di scrittura.

P. L'avvento del computer e della strumentazione digitale ha mutato la sua metodologia progettuale?

P. Assolutamente sì. Io credo che quando si esplora un nuovo territorio il nostro comportamento si modella in relazione al territorio attraversato – questa attitudine è legata non alla professione, ma all'essere degli essere umani – il modo in cui ci prepariamo, affrontiamo e ci disponiamo non può non prescindere dal contesto in cui operiamo. Dal canto mio posso raccontarle una cosa per noi importante, nella grafica i linguaggi si producono, come nell'arte visiva, in parte attraverso un'interazione tra il pensiero e il dispositivo scrivente dall'epoca del calligrafo, passando attraverso il pittore al disegnatore, all'illustratore, cioè la materia che porta al segno è ovviamente un percorso che condiziona in maniera decisiva il linguaggio. Il computer portava, a mio avviso, a una evoluzione di quello che mi sembra si definisca *ductus*, ossia il modo e la rapidità con la quale si traccia un segno. Quindi è assoluto riconoscere e affermare che nel momento in cui sul tavolo del progettista compare uno strumento, come per l'illustratore è la carta, cambia il modo di procedere e di ottenere un certo segno.
Un po' come quando si lavorava in camera oscura con la fotografia o la reporcamera è si cercava di ottenere certi effetti visivi, sfocando delle parti o mettendole a fuoco. Mi ricordo alcune matt che permettevano di ottenere un certo risultato con certe elaborazioni.
Quello che sicuramente non ci apparteneva era la capacità di agire sulla programmazione dello strumento in modo da governarne il segno, questo a mio modesto parere è un altro tema importantissimo per la tua storia. Perché se tu intervieni sugli algoritmi dei programmi, allora poi dire di aver progettato nel senso più completo con il computer, però allo stesso tempo io posso dire che quando usavo la reprocamera non è che mi ricostruivo l'ingranditore, semmai guardavo come questo strumento agiva, quindi cambiavo la lente o l'obiettivo, se stavo utilizzando la macchina fotografica. Quindi io mi sono ritrovato, come tanti altri grafici dal 1989 in poi e a partire da quel piccolo *Macintosh* in poi, con dei programmi prestabiliti e a un certo punto per fare un quadrato io facevo una diagonale con la mano, stava cambiando la mia gestualità, questo è un tema che cambia in maniera radicale il disegno. Perché il disegno nella sua forma più tradizionale è proprio la continuità tra pensiero, gesto e segno, qui con il computer i gesti stavano cambiando, quindi quello che voglio dire è che una matita la potevi appuntire, modellare, ma con un computer accadeva il contrario: lui veniva osservato per le possibilità che ci offriva e noi ce ne siamo appropri e l'abbiamo impiegato nella nostra "scrittura". Lo studio Tapiro ha avuto un approccio pragmatico, che per altro è un approccio tipico della mia generazione, abituati da tempo alla pratica 'del fare e guardare'. Se un giorno ci avessero portato un computer con una forma diversa, più ovale ad esempio, e che sputava schizzi sul soffitto, avremmo perso un po' tempo a capire come funzionava, ma comunque l'avremmo usato. È un po'questo

aspetto che per me è interessante da capire, che è altro dal dire ‘è entrato il computer nel progetto, inteso come capacità di modellare i suoi programmi o istruire il progettista, eccetera’, di questa cosa ne parlò molto consapevolmente Lussu una volta che venne a Venezia, lui ha scritto diverse cose su questi argomenti, sfociando poi nell’ambito della matematica.

P. Ci sono progetti firmati da lei che ritiene possano raccontare bene l’avvento del digitale nella progettazione grafica di quegli anni? Se sì, me ne descriva alcuni.

P. Credo che nel caso dello studio Tapiro sia meglio parlare di quello che ho definito il nostro ‘digitale consapevole’ che consiste nel trovare un linguaggio originale e nostro attraverso il mezzo digitale, arrivi nel 1995. Questo ci è stato anche riconosciuto nel 2002 in Giappone quando siamo stati ospiti della mostra dedicata ai nostri lavori per la Biennale di Venezia e succede quando ci viene assegnato il concorso a inviti per l’immagine del Centenario della Biennale. Qui arriviamo a qualcosa che senza la macchina non sarebbe stato possibile, quindi il mezzo diventa il protagonista, soprattutto attraverso l’impiego del programma di Photoshop che però aveva molto a che fare con la nostra esperienza precedente in camera oscura e nel trattamento in post-produzione di immagini ottenute con la ripresa fotografica o con la reprocamera.
Mi ricordo che per riuscire a vedere il risultato dell’elaborazione dell’immagine a computer si attendeva circa 40’, quindi non è che si potesse cambiare chissà quanto e soprattutto facilmente. Vorrei sottolineare che eravamo nel 1995, quindi di avanzamenti tecnologici ne erano stati fatti.
Avevamo però già ottenuto dei risultati importanti anche prima, uno di questi risultati significativi l’abbiamo nel 1991 per il manifesto del centenario della Gitanes, marca francese di sigarette, che ci aveva invitati a progettare un poster in qualità di realtà interessante progettuale a livello internazionale. Questo progetto è nato applicando delle modificazioni topologiche con i primi programmi di disegno assistito.
Lo stesso espediente visivo si trova nell’identità per l’edizione di Biennale Cinema del 1992 diretta da Gillo Pontecorvo, dove le possibilità offerte dal computer resero molto facile estendere la visione del progetto anche alla sigla cinematografica del festival. Perché anche questo è diventato un altro aspetto possibile e decisivo in quegli anni, cioè tra le diverse piattaforme di riproducibilità delle immagini il computer stava creando un linguaggio condiviso tra i diversi media. Prima di questa data e senza computer noi avremmo dovuto realizzarlo ‘a passo uno’, quindi sarebbe cambiata molto la produzione del lavoro, non soltanto il suo aspetto.
Però, ancora prima, tutta l’esperienza della comunicazione per la Fondazione Masieri con Luciano Semerani, allora direttore della rivista, iniziata nel 1988, quasi contemporaneamente all’acquisto del nostro primo computer andrebbe forse reinterpretato come il risultato di progetto editoriale ‘integrato’. Questo concetto di integrato è da tenere molto presente, perché difatti è una parola in cui gli anni Ottanta e Novanta ci stanno fino al collo, perché non si usava mai solo il computer. Non è mai una progettualità solo analogica o manuale, bensì è questa sorta di mescolanza.
Se lei guarda attentamente questo manifesto del 1987 per la Fondazione Masieri è sicuramente analogico, ma ha una freschezza, perché noi già sentivamo che il linguaggio si stava trasformando e stava cominciando a rendere possibili pratiche del disegno molto complesse attraverso l’elaborazione meccanica o digitale, come preferisce chiamarla. Questo è un lavoro che passa attraverso una fotografia, sulla quale è tracciato un disegno accurato e poi ogni parte è montata pezzo per pezzo sul layout.
Comunque ribadisco che nel nostro fare progettuale quello che ha deciso è sempre stato lo sguardo, il pensiero visivo. Il punto dove si ferma lo sguardo dell’autore è importante, là dove l’autore decide di essere arrivato che acquisti la consapevolezza che sei sulla strada giusta.Perché molto spesso nell’iter progettuale si trovano anche cose straordinarie, degli spunti, ma spesso non si vedono o non si colgono, perché il pensiero che ti mette in gioco e che ti fa decidere di essere arrivato, che fa decidere che lì si trova la fine del suo percorso, è ancora lì ed è rimasto lui il protagonista. La grafica per me è ancora pensiero visivo per la costruzione di senso.
L’aspetto interessante è che il tempo a cui appartiene lo sguardo, intendo dire il suo essersi formato nel tempo, il tempo che ne ha costituito la sua crescita, questo tempo progressivo a cui appartiene lo sguardo, un tempo stratificato dell’esperienza umana, è completamente diverso dal tempo della macchina, che è un tempo tecnologico in continuo inseguimento di se stesso e in continua innovazione. Dove a volte a dettare l’innovazione è la velocità, altre volte è la quantità di dati, altre ancora è la flessibilità, ma sono due cose completamente differenti.

P. Prima mi ha accennato all’uso della fotocopiatrice come strumento elettronico di realizzazione del manifesto per la Biennale. Dalla mia ricerca sto riscontrando che è molti grafici italiani l’hanno utilizzata per un lungo periodo nei primi anni Ottanta. Mi può spiegare le ragioni della sua diffusione nello scenario italiano?

P. È vero quanto affermi. La fotocopiatrice come macchinario aveva perfezionato la sua tecnologia di riproduzione, ma il grosso salto nel nostro modo di lavorare è stato che questo miglioramento si sostituiva al lavoro della reprocamera, ovvero uno strumento che utilizzavamo in camera oscura per la riproduzione delle figure al tratto – così le chiamavamo all’epoca – che voleva dire in assenza di grigi. Era un processo bellissimo e molto interessante, rifarei tutto quello che ho fatto, perché mi sono divertito molto. Il lavoro è sempre stato un processo di scoperta e di soddisfazione, costruivamo la grafica come dei figurinai, perciò era una dimensione molto molto laboratoriale, fisica, manuale quella in cui lavoravamo.

P. Come definirebbe la scena grafica italiana della seconda metà degli anni Ottanta e quella degli anni Novanta? Vorrei anche capire come, secondo lei, hanno reagito i grafici italiani all’avvento del digitale. Se la sente di esprimere una sua opinione?

P. Con queste domande mi mette un attimo in imbarazzo. A mio parere, con Enrico abbiamo un po’ sofferto nel panorama della grafica italiana, a mio giudizio, sono esistite tante realtà tutte magari interessanti, però al contempo indipendenti tra loro, e sopra tutte queste realtà si è calata una lettura modesta, distorta, poco informata che ha consegnato alla storia un’immagine della gafica italiana dal dopoguerra molto molto parziale. E il prezzo che tutti abbiamo pagato per questa cosa è altissimo, tant’è vero che se lei prende le pubblicazioni internazionali, anche le ultime di Steven Heller, ci sono ancora nomi che appartengono agli anni d’oro del design nazionale, ma mancano almeno quarant’anni di storie e vicende diverse da Bruno Munari o Albe Steiner.
Altro aspetto è che sulla varietà delle piccole realtà ha dominato quasi esclusivamente, quella che io chiamo ironicamente la ‘prefettura milanese’, che ha preso tutto ciò che poteva prendere sia dal punto di vista degli incarichi progettuali sia da quello del dibattito interno della grafica. Paolo Portoghesi nei confronti della cultura italiana è stato un eroe, ma non perché ha commissionato allo studio Tapiro i lavori per la Biennale di Venezia, bensì ha fatto un atto di coraggio rispetto a quello che mediamente era l’atteggiamento della cultura italiana, ha scelto qualcosa che fosse ideato al di fuori della scena milanese.
Lo scenario milanese soffocava tutto ciò che nasceva di diverso, quindi veniva ignorato. Inoltre, a mio avviso c’è un altro aspetto che ha penalizzato le varie realtà disseminate sul territorio nazionale, negli anni Ottanta/Novanta si è data una lettura parziale e incompleta, una visione che porta a pensare che il fenomeno più rilevante di quegli anni sia stato la grafica di Pubblica Utilità.
Questo, a mio modesto parere, è un errore perché è frutto di un’operazione di ‘taglia e incolla’ che nella cultura visiva attuale continua a ripetersi, senza porsi mai la vera domanda: cosa c’era dentro a quella stagione lì? Io non mi ritengo aver progettato lavori simili a quelli di Massimo Dolcini.
La verità che posso testimoniare è che si dovrebbe rivolgere lo sguardo alle opere, agli artefatti, alla straordinaria molteplicità di linguaggi originali che quegli anni avevano prodotto. Ma com’è possibile non capire che il lavoro della mia generazione è stato il motore di un passaggio ad una grafica che utilizzava successivamente tutti i linguaggi? Il problema sta nel non aver guardato agli artefatti progettati. Ma evidentemente per gli storici italiani non erano degni di attenzione, erano insufficienti a scrivere una pagina significativa quanto lo era stato per la grafica dei decenni precedenti. È mancata un’attenzione obbiettiva e approfondita.
La caratteristica della grafica italiana degli anni Ottanta risiede proprio nella pluralità di linguaggi sviluppati, per me è stata un’enorme ricchezza quella, oltre che il frutto di un’accurata ricerca visiva, spesso legato anche alle arti visive.

P. Secondo lei, i progettisti grafici italiani erano consapevoli del dibattito internazionale che si stava tenendo negli anni Ottanta e Novanta?

P. La mia considerazione è solo parzialmente, perché la carenza più grande, a mio avviso, era la dipendenza dai cosiddetti ‘anni d’oro’ che a livello internazionale erano il punto di riferimento e quindi in secondo luogo non essere stati in grado di conquistare una posizione – mi riferisco ai grafici – al tavolo del ‘progetto della città’.
Eravamo essenzialmente divisi, c’erano percorsi che andavano nella direzione della scienza, altre in quella delle comunicazioni,

altre ancora dell'architettura, noi ad esempio eravamo sbilanciati più verso quest'ambito perché c'eravamo formati in quello, o dell'arte, persino dell'informatica come Mario Convertino. Diciamo che noi grafici italiani non si è stati capaci di esprimere una visione collettivs e con essa rivendicare un ruolo nella cultura del progetto. Questa questione indubbiamente è stata molto penalizzante, perché siamo arrivati all'approccio con l'università senza questo tipo di consapevolezza, che a mio avviso ci avrebbe potuto aiutare nel condurre un percorso di fondazione disciplinare.
Tra l'altro l'onda crescente della tecnologia ci spingeva sempre più a essere associati a un ruolo di "servizio", perciò ai margini della cultura del progetto. Oggi la grafica è intesa essenzialmente come servizio e se è possibile anche a bassissimo prezzo. Questo è un grosso problema, perché noi progettisti non riusciamo a metterci al centro dell'atto progettuale, forse ci siamo riusciti con progetti guidati da figure di particolare importanza, intendo la committenza.
Inoltre credo che la storia dell'AIAP sia una storia significativa per chi vuole indagare quegli anni, perché anche all'interno dell'associazione, che ha voluto portare al suo interno tutto un range più ampio di progettisti, è stata fatta un'operazione esattamente contraria a quella che forse sarebbe stata necessaria, cioè quella di alzare il livello del progettista, riconoscendo nello specifico alla formazione universitaria una maggiore autorevolezza e pregnanza nei saperi dell'università del progetto. Ma tenendo il profilo del grafico sempre a questo livello, ovvero la convinzione che finita la scuola d'arte mi iscrivo all'AIAP è chiaro che crei un paesaggio della professione molto discontinuo, molto disomogeneo, con livelli molto diversi.

P. Consultando diversi articoli di Carlo Branzaglia pubblicati nella rivista *Linea Grafica* emerge la tesi che i progettisti italiani più vicini all'ambiente delle sottoculture usavano espressioni simili alla grafica New Wave inglese. Quindi le chiedo, se secondo lei, si può realmente parlare di una grafica New Wave italiana?

P. Personalmente ritengo che questa domanda sia in qualche modo collegata alla precedente. Credo che sia un approccio debole. Il panorama italiano è stato segnato da una forte frammentazione e da una mancanza di una visione complessiva. Molte le imitazioni, pochi gli spunti originali.
Però è vero che per la nostra esperienza come studio abbiamo avuto all'estero i suoi più importanti riconoscimenti, perché la mostra che ci ha dedicato la GGGe DDD Gallery in Giappone è stata per noi l'unica conferma che qualcosa di buono era stato fatto, in Italia è stata del tutto ignorata.
Ripeto: è necessario ripartire dagli artefatti di quegli anni, non dalle parole che sono state spese su quegli artefatti, superando la 'prefettura milanese' e arrivando a un'attenta lettura critica, sono che ci potrebbero essere molte sorprese.

P. Secondo lei, quali sono state le motivazioni che hanno portato alla quasi assenza di un dibattito italiano sull'avvento del digitale nella professione del progettista grafico?

P. A mio avviso non c'è stato un vero e proprio dibattito, perchè il digitale non è mai stato al centro del pensiero progettuale italiano. Per noi progettisti sia stato un po' come un ferro da stiro, uno strumento tra i tanti con cui esternare pensiero e immaginario. Un veicolo non una meta.
Se qualcuno l'ha fatto proprio, trasformando il suo lavoro in qualcosa di profondamente digitale nel senso della programmazione, io di questo non ne sono proprio a conoscenza.

Mario Piazza

progettista grafico e storico della grafica
▶ Milano
05.07.2019

P. Sono stata all'archivio dell'Aiap prima di venire a intervistarti sia per farmi un'idea di ciò che accadeva negli anni Ottanta e Novanta sia per ricostruire le vicende dei diversi seminari e convegni organizzati dall'associazione in questo preciso arco di tempo. Oltre ad aver scovato i materiali del convegno *Il progetto digitale* del 1995, hi rintracciato pochissime notizie su un'iniziativa organizzata forse da Carlo Branzaglia a Bologna. Il seminario era una giornata di studi, intitolata *Una giornata su graphic e motion* del 1984. Una delle prima volte in cui si discuteva su come il computer potesse cambiare l'assetto degli ambiti progettuali. C'è un piccolo trafiletto di questo su quaderni Aiap il secondo numero del dicembre '84, un articolo di Licia Zeli: Motion e graphic il convegno di Bologna dove fa un resoconto sul convegno organizzato dall'Aiap. Tra i relatori c'era anche Branzaglia e iniziano a discutere sulla questione della videografica di Mario Convertino, parallelamente un'altra strada era quella legata al Festival di Arte elettronica tenutasi a Camerino in cui partecipano Convertino e Mario Sasso. Branzaglia individua una new wave italiana legata all'ambiente emiliano e romagnolo con i progettisti che si sono legati ai club e alla musica.

P. Loro avevano messo in piedi una sperimentazione tipografica quindi una tipografia digitale indipendente che prendeva spunto dalla musica indipendente, un po' come la rivista californiana *Emigre*, ma in piccolo, un *Emigre* italiano anzi emiliano. Invece tutta la sfera per la produzione di robe effimere quindi per le discoteche era un'area di intervento e sperimentazione di linguaggi però non necessariamente con questo tipo di riferimento, un po' legato al mondo della musica. Quindi sono le cose che hanno sempre occupato Carlo che poggiano sul libro, sulle sottoculture e quelle cose considerate di storia minore, ma che in realtà mirano ad altre cose perché i fenomeni maggiori dell'industria musicale e della moda prendono molto dalla strada. Su queste roba si muovono tante persone tipo la rivista che dicevamo di Torino, era la prima sull'avvento del computer, aveva un formato *Interview*, però, secondo me, il primo livello di sdoganamento del 'fai da te' è stata la fotocopiatrice, questa rivista qui è interessante dal punto di vista dei contenuti.

P. Il passaggio dall'analogico al digitale in Italia è avvenuto molto lentamente e alcune delle testimonianze orali mi hanno raccontato di come il linguaggio creato dall'uso dell'immagine fotostatica sia stato piuttosto innovativo. Mi piacerebbe che mi raccontassi cos'è successo visto che sei stato uno dei principali protagonisti di quel periodo.

P. Fondamentalmente prima di quello c'è il tema della generazione precedente e lì c'era la sperimentazione della fotografia. Questa parte è quella che contiene la ricerca della produzione della rappresentazione cioè dell'immagine. Quando il grafico si mette a produrre un po' svizzero-tedesco ha questo ordine tipografico e poi come linguaggio la fotografia e al massimo la manipolazione su quest'ultima. Dopo la sperimentazione di fotografia di secondo livello un po' concettuale, però il vero strumento operativo di produzione dell'immagine, aldilà di quelle abituali cioè del disegno, è stata la fotocopiatrice e il Letraset. Io ho fatto una specie di fanzine cioè una specie di rassegna stampa tutta fotocopiata sul ritaglio delle cose, si chiamava *Fisime*. Il progetto era nella meta-progettazione, il fatto di costruire delle procedure, parlo degli anni della ricerca sperimentale di fotografia con Luigi Veronesi. Quando la fotocopiatrice ce l'hai dentro al tuo computer allora diventa una sorta di potente mezzo di montaggio, prima del montaggio un'altra roba molto importante, nel senso di accesso, era la facilità con cui si potevano usare strumenti diversi di manipolazione e ciò ti consentiva di avere un enorme ricchezza di materiali. Di conseguenza veniva spontaneo lavorare in un determinato modo, presentando l'illeggibilità, c'era una sorta di apoteosi, di euforia, si poteva fare di tutto. Lo si trova in tutte le componenti, anche nei caratteri che si spezzano, si rompono e la prima cosa che uno fa è proprio quello di montare cose che sono disparate, un'operazione da bricoleur, non hai delle abilità specifiche per cui metti insieme una sorta di cose secondo logiche uniformi.

P. Un aspetto emerso dalla mia ricerca è l'individuazione di due fasi introdotte dal computer, in cui nella prima il grafico accede autonomamente alla produzione tipografica, nella seconda riesce ad elaborare le immagini. Di fatto due processi che avvengo separatamente e che evidenziano la difficoltà di progettisti italiani a manipolare liberamente le immagini, per cui la fotocopiatrice diventa l'unico strumento più vicino al computer per attuare queste operazioni. Perché è accaduto tutto ciò?

P. Per me è una questione di apprendimento dello strumento, l'introduzione della digitalizzazione della professione. Per questo motivo Mario Convertino è un ottimo esempio, nasce nel nostro mondo, ma poi capisce che producendo molti lavori, soprattutto nell'ambito della musica, questa tipologia di cose erano a servizio anche a modi di vivere diversi, il modo di parlare, comunicare quindi capisce che naturalmente il computer diventerà una strada da percorrere. Anche Fiorucci ha fatto la stessa cosa. Il pulviscolo genera sicuramente una maggiore libertà e capacità di esplorare mondi e di conoscere, il problema è che il pulviscolo ti porta il consenso e la necessità di una regia complessiva, non è un progetto più facile, l'ordine e i fattori sono molto più ampi rispetto alla modularità svizzera che ha una certa profondità oppure, come molti nella tradizione italiana, a livello superficiale è un ottimo sistema coreografico, se sei diligente, non sbagli. Una delle debolezze della grafica italiana secondo me non è stata la manipolazione dell'immagine perché in quella c'era tanta abilità, ma sarà stato un momento in cui dovevi entrare in possesso della materia perché in Italia si è manifestato un profondo, soprattutto nella scuola, rigetto. Nessuno voleva un computer tranne uno considerato matto, ad esempio, Mimmo Castellano si è messo a studiare perché nasceva non da una scuola, ma dall'auto-apprendimento. Nel momento in cui ti mancano delle conoscenze che sono in dotazione di altri luoghi allora ti dai da fare e inizi a sperimentare, così Castellano incomincia ad usare il computer non appena arriva, chiaramente nella sua formazione. Di quella generazione, ovvero di Italo Lupi, Pierluigi Cerri, Castellano era l'unico. Però questo smaschera altri livelli perché il vero problema secondo me tra i grafici italiani invece è proprio sulla tipografia, questo discorso era affidato ad altri che avevano una competenza, erano tecnici che nell'evoluzione della composizione del testo, da caratteri mobili a fotocomposizione, era un discorso di qualità, sapevano come si gestiva un testo e quali sono i criteri della scrittura meccanica della tipografia. Nel momento in cui va impaginato un testo allora lo fa un grafico, ma con la tipografia si istruiva, questo testo doveva avere una determinata giustezza e così via, tutto un lavoro che il grafico non faceva. È molto più coercitivo rispetto alla tipografia classica che fondamentalmente ha bisogno di una lotta parola per parola, quindi molto spesso quando tutto questo è nato, all'inizio, la perfezione tipografica in realtà veniva rigettata, era meglio fare l'informale soprattutto dettato dalle tendenze decostruttive. Poi secondo me, in alcuni casi, nascono da queste idee di semplificazione, cioè di avere la massima libertà, David Carson per esempio ha fatto la decostruzione senza sapere cosa fosse, infatti messo a paragone con altri come Neville Brody, aveva una sensibilità tipografica, ma non conosceva lo studio che veniva da una scuola tipografica. Brody veniva da quella inglese infatti aveva un imprinting calligrafico, una struttura, un ordine. Tutti questi aspetti sicuramente precipitano nel momento del digitale e sono un po' delle implosioni, ti trovi in uno spazio dove puoi fare tutto e quindi lo fai, dopodiché il risultato come dicevo a Fabrizio

Schiavi, sono delle belle tappezzerie da mettere in bagno. Poi naturalmente letto rispetto a dei fenomeni come quello delle sottoculture, allora può avere una certa rilevanza a livello storiografico. Da una parte si entrava in possesso di tecnologie sconosciute e nel momento in cui arriva il computer c'è un salto notevole della modalità anche nell'insegnamento della grafica, si trovano disarmati nel configurare le modalità perché sono davanti ad una generazione esperta dello strumento. Come quando è arrivata la grafica svizzera in Italia che non è per niente la stessa cosa come impararla in Svizzera dagli esperti quindi come quando arriva una macchina e hai le capacità di fare tutto quello che vuoi, allora sta a te capire quale è il buon gusto, il bene e il male e secondo me è un momento di enorme travaglio di avanguardie che si bruciano. L'avanguardia artistica voleva dominare il mondo invece qui c'era un annientamento. Sui giovani ho scritto qualcosa sulla categoria dell'esperimento e della sperimentazione nel senso dell'esercizio. Spesso muore lì, aveva le necessità di essere strutturato pertanto doveva passare da una sperimentazione. Nessuno di questi fenomeni aveva l'ambiguità di definire questo come il linguaggio che guida l'eccellenza nel mondo, nessuno voleva diventarne espediente, è proprio un cambiamento nella modalità del lavoro e nel pensare il lavoro con delle cose che all'apparenza vengono messe da parte. Dopodiché si tirano le somme, la qualità sta nella durata, un conto è l'ardore e l'entusiasmo dello sconosciuto iniziale. L'hardware della tecnologia, tipografia e della rappresentazione diventano una necessità. Il ritorno oggi all'artigianato è perché si sente aggregatori più che creatori, se si prende un annual degli illustratori del 1980 vedi una pluralità di intonazione e linguaggi, però se ne prendi uno adesso ti sembrano tutti abbastanza bravi, ma sono tutti uguali perché paradossalmente è come se usassero le stesse scelte e se prima erano delle conquiste, ormai sono dettate da una facile accesso, creando un'ondata che cambia il paradigma dei mestieri. Le persone si sono ritrovate con una macchina potentissima, uno strumento che ti permetteva di sconvolgere qualsiasi regola.

P. Quando hai iniziato a utilizzare il computer per progettare?

P. Il primo computer credo fosse un *Quadra*, comunque quando abbiamo fatto lo studio Achille/Piazza Associati con Franco Achille e Guglielmo Vizzardi fino al '96 quindi secondo me ti parlo degli anni 1984. Il computer l'abbiamo preso sicuramente con l'apertura dello studio, quando ci siamo trasferiti abbiamo comprato il computer. Ricordo che ci fosse Buonfino, un grafico che faceva le copertine dei dischi di Bruno Lauzi, ha fatto pure delle riviste tipo *Primo Maggio*.

P. Quali sono stati i tuoi riferimenti culturali rispetto alla scena grafica internazionale? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito al suo bagaglio culturale. Come ti sei formato rispetto al panorama internazionale e anche a quello digitale?

P. La differenza fra altri che hanno studiato grafica e io che ho studiato architettura è stata la mia formazione da grafico autodidatta, per cui il mio problema, in realtà quello dell'università, è stato quello di studiare attraverso riviste e libri e attraverso le relazioni che ho costruito con altri.

Daniela Piscitelli

progettista grafico
▶ Venezia
03.10.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la tua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica?

P. Ti faccio una cronistoria di come mi sono avvicinata alla grafica. Erano gli anni in cui io frequentavo la facoltà di architettura a Napoli. Mi sono diplomata al liceo classico a Napoli e poi mi sono mi sono iscritta al primo anno di architettura. Affianco la facoltà di architettura c'era una piccola libreria, tenuta da vecchi - librai di una volta: questa libreria di chiamava "La Libreria Fiorentino" e dentro c'era il signor Fiorentino, il vecchio libraio. Noi studenti di architettura – stiamo parlando degli anni '80 '81- frequentavamo molto questa libreria perché dovendo studiare per recupere tutti i testi utili al nostro percorso di studi, noi frequentavamo molto questa libreria, anche perché il signor Fiorentino era uno che, in qualche maniera, dedicava del tempo: consigliava, faceva le ricerche bibliografiche per noi. Qui, in quella libreria mi sono imbattuta in un numero che si chiamava Campo 11-12, dove all'interno di questa rivista c'era una ricognizione sulla grafica nel Mezzogiorno. Per cui ho visto i lavori di Mario Cresci, c'erano testi di Gelsomino d'Ambrosio e Pino de Malvi, c'erano i testi sul teatro e sui viaggi visivi del teatro di Rino Mele, c'era uno studio sulla ritualità delle processioni nei contesti del Sud. Ma la cosa importante era che si parlava di progettazione grafica, e io non ne avevo mai sentito parlare. In quegli stessi anni ho frequentato un corso di una cosa stranissima che si chiamava cultura tecnologica della progettazione, tenuto da una giovanissima designer, Patrizia Ranzo, che è stata una dei primi designer napoletani. Lei aveva iniziato a portare a Napoli designer come Andrea Brandi, come Rota, come Lendini. All'interno di un negozio che si chiamava Agorà, che era un negozio di arredamento di fatto si iniziarono a coagulare incontri sul design. Ora, era già strano in quegli anni parlare di design a Napoli, ma era ancora più strano parlare di grafica perché era veramente merce rarissima. Detto fatto, a me iniziò ad interessare tuto l'ambito del design ma soprattutto della grafica, quindi cercavo di capire come poter continuare questi studi. Iniziai a comprare qui pochi libri che si riuscivano a trovare e al terzo anno di architettura Domenico de Masi mi parlò dell'Istituto Europeo di Design a Roma -incontrato per caso ad una matrimonio- e a me quella scuola la visitai, mi piacque moltissimo ma mi sembrava impossibile frequentarla: intanto perché era molto cara, intanto perché era a Roma, intanto perché mio padre non mi avrebbe mai dato il permesso di lasciare gli studi di architettura. De Masi mi provocò e mi disse "Ma quando mai, tu fai avanti indietro Napoli-Roma e fai le due cose contemporaneamente" e io pensai che era pazzo e la chiusi lì. Era luglio, e invece il 6 settembre, rientrata dalle vacanze, giorno del mio compleanno mi misi sul treno, andai a Roma, andai a visitare la scuola e decisi che l'avrei voluta fare. Mio padre mi tagliò i viveri, mia madre mi sostenne invece in tutto per tutto. Per cui io mi trasferii a Roma e la mattina andavo all'Istituto Europeo, c'erano non mi ricordo se 3-4 ore di lezione la mattina, poi rientravo a casa e mi mettevo a studiare per gli esami di architettura, perché io comunque avevo deciso di voler continuare a studiare architettura, la sera poi invece lavoravo per gli esami dell'Istituto Europeo. C'era 6 esami al primo semestre e 6 esami al secondo semestre, quindi una scuola abbastanza importante. Durava 4 anni e ho avuto professori come Alfred, per esempio, Mario Convertino, Alfredo de Santis, seminari con Balan, Lussu... insomma ho avuto, devo dire, dei professori veramente eccellenti. Così sono andata avanti: mi sono laureata dopo 4 anni all'Istituto Europeo con una tesa che titolava "Videografica: estetica e tecnologia alla fine del secolo" ed era un lavoro proprio sulla videografica in uscita televisiva che proprio in quegli anni cominciava comparire sui nostri tavoli di lavoro. Era interessante perché avendo io avuto Alfredo de Santis che lavorava già con la Rai, però con un approccio molto artigianale: lui faceva molto un lavoro sul segno gestuale, però allo stesso tempo si parlava delle sperimentazioni che stava facendo Mario Convertino, importando dagli Stati Uniti i linguaggi della computer grafica che in quel momento si stavano ad affacciare nel nostro mondo. Invece, un anno dopo mi laureai con 110 e lode con questa tesi e un anno dopo mi sono laureata a Napoli nella facoltà di architettura. Anche quello fu interessante perché la mia è stata la prima tesi di laurea, sicuramente per Centro Sud, dove aduna facoltà di architettura ci si presentava con un progetto di comunicazione visiva. Io feci una tesi che titolava "Il sistema di comunicazione come tessuto connettivo per la mobilità a Napoli" ed era tutto un sistema di comunicazione - oggi lo chiameremo wifi - che metteva in relazione tutti i sistema tutti i sistemi di trasporti napoletani e regionali. Mi sono laureata anche lì con 110 e lode, pubblicazione della tesi. Mentre studiavo per la tesi di laurea, a Roma avevo preso un master internazionale nella scuola di De Masi, che si chiamava "Creatività e Management Ideativo". Anche quello era un corso abbastanza innovativo perché, di fatto, parlava di organizzazione del lavoro ma dal punto di vista dell'approccio creativo e pratico. Avevamo come professori Donata Francescato, che era appena rientrata dagli Stati Uniti e anche lei aveva lavorato con gruppi creativi degli Stati Uniti, lo stesso De Masi e poi c'era tutta una serie di sezioni laboratoriali. Questo corso di teneva all'interno dello IED, proprio per sottolineare questo aspetto di grande relazione tra i processi creativi applicabili anche all'organizzazione del lavoro. Finito questo, mi laureo, inizio a lavorare nello studio di Filippo Harrison, dove lui stava facendo una ricerca per Cassina, che doveva girare un caveau di musei di 14 Paesi d'Europa. Lui rientrava da questi viaggi, portando delle fotografie di sedie principalmente che lui riteneva essere oggetti minori di architetti importanti o oggetti maggiori di architetti sconosciuti e io dovevo ridisegnare tutti partendo da una misura che lui mi aveva segnato su questa fotografia. Misi da parte 4 milioni, all'epoca, e me ne partii per gli Stati Uniti, perché io volevo andare a vedere cosa c'era dall'altra parte dell'oceano, perché negli anni in cui ho frequentato l'Istituto Europeo e anche facoltà di architettura, erano anni di grande dibattito sui temi del progetto. Nella facoltà di architettura erano gli anni in cui ci si interrogava sulla crisi dell'Occidente. Noi leggevamo riviste come Alfabeta, per esempio, una rivista di filosofia- Leggevamo libri come "La storia delle città" di Mamford, leggevamo testi di sociologia come "Il dominio dell'Occidente" di Geoffrey Temper. Quindi erano anni in cui si avvertiva in qualche maniera che una trasformazione era in atto. Vattimo scriveva "Il Pensiero debole", c'era stata la mostra a Parigi. Quindi il passaggio da una società fatta di materia, ad una società che si apprestava a diventare digitale, era un passaggio che si avvertiva e la cultura del progetto architettonico si interrogava molto su questi temi. Allo stesso tempo, l'area del progetto grafico iniziava a risentire di tutte le influenze che venivano dal Pacifico. In quegli anni c'era stata la mostra Pacific Wave a Venezia, organizzata da Camuffo. Per noi, ragazzi e studenti di quegli anni, che stavamo ancora facendo gli esecutivi dei marchi con il tiralinee e il pennello, quei linguaggi della computer grafica, puoi immaginare come non ci potessero stimolare. Ma soprattutto, ci apparivamo come una ventata di aria pura, all'interno di un contesto che, in qualche modo da un lato si presentava come nuovo, perché la grafica era una disciplina nuova, ma da un punto di vista del linguaggio e degli stili, era già vecchio. Quindi era un po' un corto circuito. Per cui io prendo, faccio valigia, prendo il mio portfolio e me ne vado negli Stati Uniti. Negli Stati Uniti, grazie a Pino Grimaldi avevo un numero di telefono in tasca: quello di Armando Milani. Vado da Armando Milani e lui mi apre a tutto il mondo del design. In quel viaggio, ho incontrato tutti: da Studio Duhrman a Pentagram, ho conosciuto e seguito corsi alla Parson School of Design, alla Cooper Union, alla School of Visual Art e soprattutto

frequentavo gli ambienti della New York di allora, con tutti i progettisti, i designer, andavo a visitare le mostre... insomma, fu un periodo veramente intenso dal punto di vista della formazione. Oggi, a distanza di 30 anni da quella data, penso che quella sia stata un'esperienza che ha segnato profondamente il mio modo di guardare oggi al design: la mia curiosità verso il cross cultural design, tutta la ricerca che ho fatto negli anni recenti sulla Cina (di cross cultural design, ne parla Steiner, che vive da 40 anni a Hong Kong)... io credo che sia nata in quegli anni lì, almeno nella mia formazione. Si è sedimentata un po' in questo mio essere fin da subito ubiqua, perché vivevo a Roma ma studiavo anche a Napoli, poi me ne sono andata negli Stati Uniti, quindi questo desiderio di ubiquità e di intercettare tante sollecitazioni differenti, io credo si sia formato in quegli anni lì e in qualche modo mi ha restituito oggi questa visione di cross cultural che penso di continuare a conservare.

P. Quando hai terminato il tuo periodo negli Stati Uniti, sei subito tornata in Italia?

P. Piangendo, sarei voluta rimanere lì ma non era possibile. Considera che in Italia erano gli anni della grande crisi e comunque c'era una crisi internazionale abbastanza grande per cui tanti progettisti che in qualche maniera avrebbero voluto tenermi, era molto difficile, c'era la green card, erano anni complicati, per cui io sono ritornata in Italia.

P. Quando sei rientrata in Italia dove ti sei trasferita? Sei tornata a Napoli oppure hai preferito spostarti su Milano?

P. Sono tornata a Napoli il primo anno, perché Pino Grimaldi, che mi aveva dato il famoso numero di telefono di Armando Milani, in realtà mi aveva dato un compito da svolgere: mi aveva regalato un certo numero di copie della rivista Grafica, una rivista straordinaria e mi aveva chiesto di tornare e di farne poi un articolo sulla didattica negli Stati Uniti, perché loro stavano preparando un numero completamente dedicata alla didattica. Quindi, quando sono ritornata a Napoli, da un lato avevo il compito di scrivere quest'articolo che poi fu realmente pubblicato sul numero 13-14 della rivista *Grafica* ed è un numero completamente dedicato alla didattica nella grafica e credo sia stato il primo numero nel quale effettivamente ci si interrogava quali dovessero essere le metodologie da adottare per fa sì che la grafica diventasse una disciplina autonoma, con uno statuto disciplinare, e non una disciplina ancillare rispetto al design o, peggio ancora rispetto all'architettura. Quell'articolo fu pubblicato, poi Pino Grimaldi mi propose di andare ad insegnare, di prendere il corso di graphic design che durava tutto l'anno, all'interno di un istituto superiore di design di Roma e poi in quello stesso anno io cominciai, forte dell'esperienze che avevo fatto negli Stati Uniti, cominciai a lavorare per Mario Convertino. Ho lavorato per un anno più o meno, con loro. Dopodiché invece ho continuato per conto mio, facendo da un lato progetti professionali -un po' per volta ho iniziato ad avere dei clienti- e da un'altra parte, continuando a fare didattica all'interno dell'Istituto Superiore di Design. In quegli anni, poi ho cominciato a scrivere di grafica, fino a quando nel '98 non mi hanno chiamato a insegnare al corso di laurea di disegno industriale che si inaugurava proprio quell'anno lì. Anzi, nel '98 c'è stato il diploma del disegno industriale ad Aversa e poi l'anno dopo fu inaugurata la triennale. Nel frattempo, io avevo aperto una società a Napoli di comunicazione visiva dove gestivamo grandi progetti e grandi clienti.

P. Dopo il tuo rientro in Italia quali strumenti e tecnologie hai utilizzato prevalentemente?

P. Li mischiavamo tutti, io non avevo ancora il computer. Adesso non ricordo quando l'ho comprato, credo nel 1993-94. Però mischiavamo tutte le tecniche: considera, per esempio, il manifesto che ho fatto per il Ravello Festival (ho seguito per cinque anni il Festival di Ravello) era una retrospettiva su Bruno Munari e io mi ricordo che quel manifesto fu ancora fatto con tutti i pezzettini appiccicati sul lucido, all'interno di una vecchia tipografia napoletana. Quindi componevamo ancora a mano, non tutti erano ancora attrezzati con il computer. La mia stessa tesi di laurea – quella dell'università – tutta la parte sia teorica che grafica è stata fatta in maniera un po' ibrida: tutti i testi erano fotocomposti e poi però io mi andavo a tagliare le striscioline di testo fotocomposto e mi andavo a impaginare a mano (li ho ancora conservati) tutti i layout, i pezzettini appiccicati e poi si andava in stampa fotografica. La fotocopia a colori era per noi già sorprendente, così come le tavole grafiche. Ti faccio un esempio: tutte le simulazioni del lettering sulle banchine, erano fatte ancora con i fogli di carta pantone, tutte le lettere ritagliate a mano. Quindi era un po' un ibrido e nel lavoro anche: considera che i vecchi computer, avevamo delle di pochissimo, erano 250 mega. Erano delle cose che ci mettevano una vita e non avevamo quella dimestichezza, per cui utilizzavamo sistemi ibridi: dalla fotocopia, al tavolo lucido, il tavolo retroilluminato ad altro. Il primo manifesto che io ho fatto, l'ho fatto a quattro mani con Luigi Vernieri, era un manifesto ventennale di scena Jazz, che vinse un premio internazionale in Francia e la segnalazione di questo premio mi arrivò tramite un'informativa via aria. All'epoca l'aria aveva questo gran ruolo di trasmissione delle informazioni e di creazione di network... non c'era niente e l'air era questo catalizzatore e questo manifesto è stato fatto tutto con i pennelli a spatole, sull'eredità tramandataci da Alfredo De Santis, con il disegno testuale. Erano anni in cui mischiavi un po' tutte le cose.

P. Con l'acquisto del primo computer a metà degli anni Novanta hai convertito tutto il tuo lavoro al digitale o hai continuato a mescolare le tecniche e tecnologie?

P. Quando ho comprato il primo computer, per tre mesi l'ho tenuto spento, perché avevo il terrore, non capivo neanche dove mettere le mani. Poi un po' per volta attraverso l'ausilio di amici ti metti a sperimentare, e frequenti qualche piccolo corso; ho iniziato ad avere dimestichezza con questo. Però ho sempre mischiato le due cose: non ho mai abbandonato il disegno a mano, non ho mai abbandonato lo schizzo prima del progetto e molti marchi che ho progettato negli anni nascono prima su carta. Adesso, forse negli ultimi anni, gran parte della progettazione parte direttamente sul computer ma dipende sempre molto dall'argomento. Per esempio, l'ultimo manifesto Follow Me che ho fatto per l'AIAP è partito direttamente sul computer: ho fatto una serie di schizzi a mano ma poi il progetto si è sviluppato direttamente lì. Invece per altre cose magari il computer viene utilizzato semplicemente come ottimizzatore di segni che nascono sulla carta.

P. Cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel campo del progetto grafico?

P. Qua c'è la solita questione... sono 30 anni che sempre questa in temi anche eccellenti, sento sempre la solita domanda "Ma il computer, che senso ha, ha senso, è uno strumento...". Come al solito, l'avvento di una nuova tecnologia cambia non solo le metodologie del lavoro ma cambia i linguaggi con cui quella forma si esprime. Per cui, come con la fotografia, come con tutto, come con il cemento armato: c'è chi utilizza lo strumento come mero strumento e quindi come cazzuola per disporre un mattone sull'altro e chi invece domina lo strumento e lo conosce talmente bene riuscendo attraverso il medesimo a fare emergere dei linguaggi che viceversa molti non riescono a fare. Perciò molto dipende dalla capacità di appropriarsi di uno strumento. Se Munari avesse avuto il computer sotto al naso, forse avrebbe ritirato fuori delle cose che noi oggi non riusciamo neanche ad immaginare, perché lui piegava lo strumento alla sua volontà: il mezzo era strumento per investigare delle nuove forme visive, non era mai un mezzo per applicare delle forme visive che già aveva in testa.
Io penso di essere un modesto mestierante. Magari fossi riuscita nella mia vita a tirare fuori espressioni come quelle che sono state tirate fuori, che ne so, da Kathrine McCoy o April Greiman! Da Pierre Di Sciullo o David Carrson, per parlare degli storici della Pacific Wave, giusto per fare dei nomi noti. Io sono un corretto progettista, molto appassionato del proprio lavoro che ancora oggi si emoziona davanti ad un progetto ben fatto. Perché ci sono progetti ben fatti, fanno la differenza con la normalità del mestiere, ma sono una roba lì.

P. Ti annovereresti tra quei progettisti grafici progettisti che si sono definiti tecnoentusiasti rispetto all'avvento del computer?

P. Non mi sono mai fatta questa domanda, per le ragioni di prima. Se domani mattina un drone venisse, entrasse dalla mia finestra e attraverso questo drone io potessi realizzare delle forme grafiche o dei dispositivi di design... perché no? Guardo il drone come guardo affascinata i progetti della Schettino, di Monica Dengo o di Luca Barcellona. Non mi sento di essere così ortodossa e così drastica nello scegliere o nel definire. Penso che ogni progetto in qualche modo si richiama alla sua tecnica.

P. Quale è stato il tuo approccio con l'utilizzo dei caratteri tipografici digitali?

P. È stata una liberazione! Perché noi facevamo i layout a mano: ho ancora conservate le pagine del Manifesto o di Repubblica disegnate tutte a mano! Per cui è stato da un lato è stata una liberazione, da un'altra parte ci sono stati anni in cui l'approccio culturale alla tipografia si era molto impoverito, perché gli studenti, non avendo vissuto il passato della manualità, della scrittura e della definizione a mano del carattere, in qualche modo non ne conoscevano l'importanza, non ne comprendevano l'importanza. Negli ultimi 20 anni, questa cosa è cambiata molto, negli ultimi 15 anni. Bisogna

dare il merito a … Urbino, a progettisti e studiosi come Giovanni Lussu, c'è una scuola italiana del tech design molto forte: a loro va dato il merito di aver invece costruito e sedimentato una cultura della tipografia. Oggi, io vedo ragazzi che hanno competenza eccellenti nella tipografia, là dove c'è stato un momento di opacità nel passaggio dal manuale al digitale.

P. L'avvento del digitale aveva mutato la tua metodologia lavorativa?

P. Quello sicuramente sì. Se tu pensi che per andare in stampa, dovevamo preparare gli esecutivi ma gli esecutivi erano pacchi, pacchi e pacchi, dove per ogni pagina che andava in stampa bisognava sovrapporle tutta una serie di lucidi con le indicazioni tipografiche, pensa solo quanto tempo ci voleva per preparare un esecutivo! Se dovevi fare una rivista, veramente partivano le casse! Molto interessante è leggere, per esempio, l'intervista a Piergiorgio Maoloni, perché *Spera* – la rivista scientifica progettata da Maoloni – che nell'ambito editoriale ha segnato un po' questo passaggio dall'analogico al digitale. La grafica di Maoloni racconta che i primi anni della rivista *Spera*, partivano le casse con gli esecutivi che dovevano andare in tipografia, partivano le assicurazioni per le opere, per le fotografie delle opere d'arte, a volte venivano mandati gli originali. Stiamo parlando di una macchina che si metteva in moto molto impegnativa. Oggi, fortunatamente, tutta questa parte pesante del lavoro, non c'è più perché la tecnologia di ci ha alleggerito e velocizzato.

P. Visto il tuo duplice ruolo di autrice di articoli sulla comunicazione visiva e di progettista, secondo te, qual era lo scenario della grafica italiana tra la metà degli anni Ottanta e gli anni Novanta?

P. Erano anni di grandi entusiasmi, nel senso che di grafica se ne iniziava a parlare. Ti faccio un esempio: erano gli anni in cui noi ragazzi ci vedevamo *Mister Fantasy*: era un programma televisivo pop. Era intanto il primo programma svolto in ambiente virtuale: gli spazi in cui Carlo Massarini si muovevano erano spazi digitali, gli arredi e i vestiti di Massarini erano firmati da. In quegli stessi anni e lo stesso Massarini parlava di musica ma parlava anche di culture visive: le culture visive, legate anche a tutto il mondo musicale erano culture molto importanti. Non a caso Convertino nasce come progettista di etichette per la musica, etichette discografiche. Gli LP di Battisti erano firmati da Mario Convertino, per dirne una. Era un momento estremamente vivace e subito dopo *Mister Fantasy*, nasce un programma straordinario che è *Immagina*. *Immagina* è stato il vero primo programma delle culture visive digitali, con sigle fatte da Mario Convertino ma soprattutto con l'artista Fabrizio Plessi. Intanto anche quello era costruito virtualmente, per cui si immaginava uno spazio sottostante alla Fontana di Trevi. E perché uno spazio sottostante alla Fontana di Trevi? Perché loro avevano avuto l'intuito di essere in quella che poi decenni dopo il sociologo Baumann definirà la società liquida: avere l'acqua come fondo, avere gli schermi televisivi sempre sintonizzati su un canale di disturbo, avere Plessi che comincia la sua ricerca sull'acqua, per poi condurla sull'acqua liquida, quindi sui pixel, sui fluidi liquidi del digitale e del televisore, significava anticipare quello che Baumann sta sostenendo oggi, ha sostenuto negli ultimi anni della sua vita. Questa dematerializzazione dell'oggetto, che diventa liquido, che diventa pixel, che diventa una cosa che poi si trasforma continuamente, nasce in quegli anni lì.

P. Negli anni Novanta si prendeva sempre più coscienza del digitale, cos'era cambiato secondo te nel frattempo?

P. Secondo me, negli anni Novanta cambia poco. Quelli sono anni di grandi conquiste, ma anche di grandi conflitti. Gli anni Novanta sono stati un decennio complicato, perché abbiamo avuto Tienanmen e abbiamo avuto la nascita di internet. Io credo che la vera trasformazione sia avvenuta alla fine di quel decennio, quando con Internet ci è cambiato il mondo sotto casa, sotto gli occhi. Con internet si realizza il desiderio dell'ubiquità, con internet tu riesci a trasferire i file in tempo reale, puoi essere qui e poi farti una telefonata in America, non hai più bisogno della carta ma passi tutto tramite posta elettronica. Io credo che gli anni Novanta non siano stati importanti quanto la vera rivoluzione dal 1998 in poi.

P. Possiamo definirlo un passaggio di assestamento delle strumentazioni digitali e anche il momento di accettazione di qualcosa di nuovo?

P. Assolutamente sì, assolutamente sì. Quelli più visti lo hanno capito fin da subito, ma erano pochi.

P. Secondo te, i progettisti grafici italiani sono stati consapevoli del dibattito internazionale sul passaggio dall'analogico al digitale?

P. Per chi frequentava queste scuole, in qualche modo queste influenze arrivavano. Io mi ricordo della mostra a Venezia sulla Pacific Wave, andammo in quattro/cinque, un gruppetto di noi andammo a vederla. Certo erano cose… intanto la grafica non si insegnava nelle scuole pubbliche, la grafica all'interno dell'università non c'era. Quindi, quanti studenti si una scuola privata effettivamente fossero interessati -interessati significa anche appassionati, anche avere un atteggiamento di necessità rispetto a questo. Io mi ricordo che in quattro si partiva da Roma ma le classi erano almeno tre: c'erano novanta studenti che facevano progettazione grafica, ma quelli veramente interessati eravamo in quattro. Era una scuola privata, c'era molta confusione tra la grafica e la pubblicità, molti si iscrivevano perché faceva figo andare all'Istituto Europeo, molti si iscrivevano perché il papà ricco gli pagava la retta, quanti realmente si iscrivevano in quella scuola che volevano fare a tutti i costi quel mestiere? Pochissimi! O chi non era riuscito a entrare all'ISIA di Urbino, oppure chi non potendo andare ad Urbino, non conoscendo neanche – io, per esempio, non ne sapevo neanche l'esistenza dell'ISIA di Urbino, mi sono iscritta a Roma. Ma il vero interesse nella grafica, secondo me, in generale si è sviluppato e diffuso nel momento in cui questo è diventato una materia universitaria, quindi alla portata di un pubblico molto più ampio. Prima era una cosa elitaria: o avevi la fortuna di andare a bottega, in qualche studio, oppure dovevi proprio andarti a cercare le occasioni per poter imparare e approfondire questa disciplina. Considera che non c'erano neanche i libri, noi pagavamo delle cifre inenarrabili per poter aver avere questi libri a casa e i libri per noi erano un investimento pazzesco. Il libro che al momento ho sotto il naso, giusto per farti un esempio, un libro che è stato editato a Tien, sui progetti di Andrea Steinz e tutto il filone no frontiere che seguiva lui in quegli anni… non c'è l'anno di pubblicazione, ma io credo che saranno stati anche gli inizi degli anni Novanta, non più tardi, è comunque un libro che costava 98 mila lire! Era tantissimo! Se io faccio un conto sulla mia biblioteca, di quanto ho speso, mi sento male e quanto valgono oggi quei libri, valgono zero! Ma uno zero in termini materiali, in termini culturali mantengono alto il proprio valore.

P. Quanto sono stati fondamentali le poche iniziative condotte in Italia nella propagazione della cultura del progetto internazionale?

P. Io trovo che un ruolo fondamentale l'abbia avuto l'Aiap. Io l' Aiap l'ho conosciuta e sono diventata socia per un'attività che loro avevano messo in piedi: ad un certo punto, come delegazione Lazio, avevano stabilito un accordo con l'Istituto Europeo e i ragazzi avevano organizzato un ciclo di conferenze importantissime perché c'era dallo studio Tapiro che in quegli anni usava i linguaggi di Memphis per la Biennale di Venezia, allo stesso Maoloni, c'era Roberto Pieraccini con tutto il progetto Olivetti e c'era Alfredo De Santis. Quindi c'erano veramente personaggi importantissimi, ho l'elenco perché ho conservato tutti i materiali […]. L' Aiap aveva fatto questo accordo, per cui gli studenti del quarto anno, l'ultimo anno, che [chiamata interrotta] avessero seguito tutto il ciclo di conferenze (loro prendevano le presenze) avrebbero avuto la possibilità di avere un anno di iscrizione gratis come socio studente all' Aiap. E io così feci: mi andai a seguire tutte le conferenze, che tra l'altro furono un corso di formazione strepitoso, veramente strepitoso e quindi divenni socia Aiap. L' Aiap in quegli anni veramente ha fatto da coagulatore non solo di iniziative, ma anche di divulgazione scientifica perché era l'unico nel quale avevi la possibilità di fare network di fare network con tutti i progettisti italiani che in quel momento si muovevano attorno alla cultura del progetto. Attraverso l'Aiap potevi ricevere informative, informazioni e notizie che altrimenti non avevi la possibilità di poter recepire. La partecipazione, la call per poter partecipare alla selezione dei manifesti jazz, io l'ho ricevuta tramite l' Aiap. La mostra grafici italiani grafici a cui ho partecipato, ho partecipato perché l'Aiap ha fatto quel tipo di iniziativa. Tutte le mostre più importanti sulla grafica venivano in qualche maniera organizzate dall' Aiap. Oggi la situazione è molto più diffusa, anzi, l'AIAP in qualche modo -mi dispiace molto- viene percepita come un'associazione un po' più ammuffita rispetto a contesti che vengono percepiti più vivaci. Io, devo dire, continuo a pensare che invece il grande lavoro di cultura di progetto che l'Aiap continua a fare (ho delle perplessità sul progetto grafico, ma questo è fuori verbale) ma io penso che sia ancora un lavoro ancora molto importante.

P. Secondo te, quali sono le ragioni che hanno decretato la mancanza del dibattito sui cambiamenti introdotti dal computer in Italia?

P. Perché era troppo presto. Gli anni Ottanta e Novanta dell'Aiap sono stati anni nei quali l'associazione ha fatto un grande sforzo per costruire una bibliografia: non c'erano testi sulla grafica, ma non è che non c'erano testi

critici sulla grafica, non c'erano testi di base sulla grafica. Per cui l'Aiap, attraverso *Progetto Grafico*, attraverso la collana *Scritture* di Lussu e attraverso tutta una serie di piccole pubblicazioni che faceva o mostre che organizzava, aveva come obiettivo principale minimo quello intanto di costruire una bibliografia di base, una letteratura di base, per poi dopo poter andare invece ad ampliare la riflessione anche argomenti di altro tipo. Come si fa a costruire una storia se quella storia ti sta sotto il naso, si sta svolgendo in qui giorni lì sotto il naso, in un contesto nel quale di grafica non scriveva nessuno. Chi scriveva di grafica in quegli anni? Lussu, Piazza, Branzaglia... e poi? Qualche pezzo di Pieraccini... li conti sulle dita di una mano sola! Franceschi, ma loro avevano come missione, come vocazione, tanto a definire uno statuto disciplinare per una disciplina che in quegli anni non c'era.

P. Le vicende italiane di quegli anni rivelano un panorama diviso in due tipologie di figure, quelle che sono poi diventate i protagonisti delle storia principali e le altre, che appaiono più coraggiosi nella scelta di portare avanti linguaggi sperimentali, che però non sono mai stati presi in considerazione dall'Aiap. Perché ci si trova di fronte a questa palese suddivisione?

P. Anche qui bisogna, come dire, spezzare una lancia. Te lo dico perché erano anni in cui io ero una ragazzina, negli anni Ottanta ero una ragazzina e nell'Aiap ci sono cresciuta. L'Aiap non si è mai ben capito, come tutte quelle associazioni nel mondo, che cosa realmente fosse. È un'associazione di storici? No. È un'associazione di cultori della materia? No. È un'associazione di tutela della professione? No. È un po' di tutte queste cose insieme, perché da un lato ha cercato di tutelare la professione, dall'altra parte ha fatto un grosso lavoro sulla formazione, da un'altra parte ha cercato di fare un lavoro anche sulla cultura del progetto. Ma comunque era un'associazione di quattro gatti dove non è che c'è una struttura, piramidale o anche relazionale, di rete che lavora. È un'associazione intanto di volontariato, per cui ha fatto quello che ha potuto fare, avvalendosi delle risorse e degli interessi specifici che i soci più attivi potevano portare avanti. Ti faccio due esempi: Carlo Branzaglia poteva essere più attento alle culture underground e quindi forse ha fatto delle cose in quel senso, Giovanni Baule ne faceva delle altre, Lussu era più interessato alla scrittura come linguaggio e quindi ha lavorato di più sulla scrittura. Non c'era una struttura e non c'è tutt'oggi una struttura economica a sostegno dell'associazione che può consentire all'associazione di aprire 3 divisioni: una sulla cultura, una sulla formazione e un'altra sulla professione, non c'è. Per cui si è fatto quello che si poteva fare! Oggi c'è un archivio sul *Progetto Grafico* centro di documentazione dove ci sono circa 20mila originali conservati, anche lì grazie alla buona volontà dei singoli e al lavoro è stato fatto ma in maniera – come dire – non estemporanea, però costruito sulla base di un volontariato.

P. Visto che ti sei occupata tantissimo della grafica italiana, consultando gli articoli di Carlo Branzaglia emerge la tesi che i progettisti italiani che lavoravano maggiormente nell'ambiente delle sottoculture erano più vicine alla grafica New Wave inglese. Quindi ti chiedo è esistita realmente la New Wave italiana?

P. Non lo so, nel senso che non è un ambito che io ho approfondito bene, per cui non ti so dare delle risposte scientifiche, nel senso di supportate da una ricerca delle fonti. Quindi ti dò una risposta che è un intuito. Io credo che l'Italia abbia attraversato una stagione che possiamo definire delle New Wave italiana: nella grafica attraverso queste sottoculture un po' underground, nel design invece attraverso delle manifestazioni più pop (pima parlavamo di Massarini, di Mendini, eccetera). Credo che, da questo punto di vista, io ravviso un legame tra il fenomeno italiano e il fenomeno californiano della New Wave; per altro credo che un accenno a questo ci sia in un libro che si chiama "Grafica italiana", credo di Polano [...]. C'era un filo conduttore ma era un filo che poi non si è mai sviluppato realmente, non ci sono mai state relazioni vere tra la California e l'Italia, tra l'America, almeno per il versante americano, perché invece il versante orientale, legato a New York risentiva ancora troppo della presenza di stampo occidentale, di tutta la cultura della diaspora, del Bauhaus, quindi quel versante lì era meno incline a queste influenze. Però il raccordo tra l'Italia e la parte californiana dell'America non ha mai avuto degli sviluppi successivi. Noi eravamo molto suggestionati: lo stesso Convertino, quando fa le sigle televisive in Italia, di fatto ti sembra di vedere dei progetti di]. Però, un po' forse perché è morto lui, un po' perché non c'è mai stato questo grande seguito, un po' forse le difficoltà legate effettivamente al rifiuto di questi strumenti nelle nostre case in pochi *[??? Suono disturbato]*. Io oggi penso a Roberto Bagatti come uno degli esponenti che invece ha fatto propria quella visione. Per esempio, una cosa interessante è che molti degli stessi designer – questa cosa è avvenuta anche nella stessa America, è che se tu parli, come ho fatto io... Io sono tornata 20 anni dopo in California e ho incontrato tutti i grafici che avevano fatto la Pacific Wave: loro lo raccontano, dicono che la California è stata un'occasione che si è creata in maniera casuale, perché quello era il bacino delle nuove aziende americane. Come nuove aziende, non si intende di nuova generazione: si intende aziende legate a prodotti nuovi, perché avevi l'industria della moda, Banana Republic, Gap nascono lì. Avevi l'industria del vino, del cinema e informatica. Non è un caso che la Mac nasce lì, Oracle nasce lì. Era un contesto territoriale nel quale una nuova imprenditoria prendeva piede e quella nuova imprenditoria pretendeva un design che utilizzasse dei linguaggi nuovi e spregiudicati. Michael me lo disse, ti ripeto le sue parole testuali "fece correre un brivido lungo la schiena dei designer di stampo tradizionale", perché loro avvertirono immediatamente che il nuovo si stava avvicinando. Ma ci sono voluti molti anni, per vedere anche a New York quei linguaggi, non è soltanto un gap California-Italia, ma è un gap rispetto a quei linguaggi, erano troppo avanti rispetto alla nostra capacità di appropriarcene.

P. Tra i tuoi lavori personali c'è un progetto o più di uno che espressivamente raccontano ciò che stava accadendo negli anni Ottanta e Novanta?

P. Io non sono in grado di fare un'analisi critica dei miei progetti, però durante il *Graphic Design Day 1-2* a Bologna, invitata da Carlo Branzaglia – lui mi aveva invitato per una collusione ad una conferenza che avrebbe tenuto Lucille Tenezas – Carlo mi prese in disparte e mi disse "Tu non ... di quanto tu e Lucille Tenazas siate uguali". Io figurati, non mi ero sciolta... di più! Una cosa del genere a me era sembrata un complimento gigantesco ma assolutamente immeritato. Non ti so dire quanto mi abbiano influenzato, di sicuro li ho guardati molto. Sicuramente ti posso dire che mi abbiano influenzato: la capacità di gestire lo spazio bianco di Lucille Tenazas o di Jennifer Sterling, che comunque non è quella generazione, la generazione subito dopo, però sicuramente mi hanno affascinato moltissimo. Dalle pagine libere, alla gabbia di Kathrine McCoy, la spregiudicatezza della tipografia di Rudy VanderLans, sicuramente mi hanno molto influenzato.

Sergio Polano

storico e critico della grafica
▶ Cormons UD
24.02.2020

P. Qual era secondo te il panorama della grafica italiana negli anni della diffusione del computer?

P. Erano ancora vivi tutti i maestri e stavano affacciandosi i nuovi, quelli che sono diventati poi bravi, c'erano un po' tutti quelli della generazione precedente che adesso sono in pensione e poi i giovani, ovvero Giorgio Camuffo, Leonardo Sonnoli a Rimini che lavorava con Massimo Dolcini. Era una fase molto ricca anche di confronto. Camuffo ha fatto moltissimo, ha proposto tantissimi incontri è stato uno di queste figure che ci sono ogni tanto, ambasciatore di esperienze straniere magari basate su quello che era successo al momento. Quando avevo quindici/sedici anni c'era al liceo un ragazzo con me che comprava sempre i primi dieci dischi della classifica, non aveva gusto, gli andavano bene i primi dieci e in un certo senso era giusto, sapeva tutto ed era sempre aggiornatissimo. Camuffo era un po' cosi, ha portato in Italia tutti, ha creato incontri anche tra Giovanni Lussu e gente che in quel momento nella grafica aveva riscontro internazionale, ha fatto tanto. Certamente ti parlo del nord, nelle altre parti d'Italia c'era la percezione che succedesse poco, al sud c'era un delegato membro dell'Aiap, lo Studio Segno di Gelsomino e Grimaldi, il duo che aveva messo su una rivista molto accademica, *Grafica*, mi pare che fosse un po' stonato e legato al passato.

P. Rivestendo il ruolo da studioso della comunicazione, pensi che, ai tempi, era una nazione aperta al cambiamento o un po' chiusa?

P. Mi interessavo dell'ambito, ma allora non ero uno studioso, lo sono diventato successivamente. Per avere aperture a queste forme bisogna avere la dittatura, i migliori francobolli italiani sono quelli fascisti, perché la dittatura ha esigenze di comunicazione che la democrazia non ha, bizzarro e anche fastidioso. La digitalizzazione ha portato a questa maggiore impressione, in modo ancora più forte rispetto a prima. Di fatto, prima c'era maggiore rispetto per la professionalità e si pensava che la pubblicità venisse fatta dai pubblicitari, adesso tutti pensano di sapere come si fa. Spesso si dà la colpa a quelli dei marketing, non sanno nulla, è come l'oroscopo che vuole istruire sull'economia, se solo sapessero cos'è allora qualcosa potrebbero controllarla piuttosto che essere sorpresi da una crisi. In generale, che ci fosse un interesse e un'apertura in Italia non credo proprio, in alcuni ambienti un po', ma in generale no, tant'è che anche i giornali erano ben brutti, hanno iniziato un percorso di ridisegno più avanti quando la digitalizzazione gli ha offerto delle chance. C'era anche un bravo progettista Vincenzo Scarpellini – che adesso è scomparso – che ha fatto tanto per i giornali, aveva lavorato anche per i giornali portoghesi, se non erro. Poi c'era anche un altro signore che voleva fare a Venezia una scuola di design per il disegno del giornale, lui aveva lavorato su tutti i giornali principali: La Repubblica, il Corriere, La Stampa, era un filosofo e si occupava soprattutto dei flussi della circolazione dell'informazione e il suo problema era come collocare il flusso di internet all'interno della produzione dei giornali. Aveva sviluppato nozioni esatte su quale potesse essere il contributo dei progettisti dotati di qualità intrinseca nel contributo del giornale, poi il progetto è andata perso. Avrebbe avuto senso, seguendo mi pare ciò che diceva Maldonado, rinunciare ad avere una scuola sul design dell'oggetto, ma istituire una scuola solo sulla comunicazione stampa e altri mezzi. Il clima culturale delle università era pessimo in quegli anni, quando sono stati definiti gli statuti della facoltà del disegno industriale gli ingegneri non hanno avuto la forza di definirsi a differenza degli architetti che hanno preso la palla al balzo. Quindi c'è quella bizzarria di quel settore scientifico disciplinare in cui c'è di tutto dentro, dalla storia alla tecnologia, un'abnormità soffocante. Nel panorama universitario parlare di grafica era come parlare della moda, non c'era una cultura, le persone preparate riuscivano a cogliere tutte le sfumature, ma se non si era educati sembrava tutto uguale, a partire dai caratteri. Il politecnico, per esempio, era molto consapevole della qualità della comunicazione, comunque si è riusciti ad ottenere una media di buona qualità attraverso alcuni istituti e atenei. C'era una scarsa comprensione del ruolo che ha il sistema di comunicazione che va al di là del colore, del marchio o del carattere, ma che un suo valore ad esempio la Coca-Cola e il concetto che il suo marchio probabilmente non lo cambierà mai.

P. Quando Giorgio Camuffo ha organizzato e curato la mostra *Pacific Wave* a Palazzo Fortuny nel 1986 ti ha coinvolto in qualche modo?

P. No, ho solo visto la mostra. L'avevo contattato per una rivista olandese *Affich*è fatto tutto da donne che aveva avuto un grande successo e dopodiché un grande decollo. Piacendomi la rivista ho fatto il corrispondente italiano per fare una mostra sulla grafica in Italia coinvolgendo 4/5 studi: Camuffo, Tapiro, Vetta, Rimini e un altro. L'avevo contattato più direttamente, ma era troppo tardi, da allora si era entusiasmato perché qualcuno si occupava di propagandare. Lui ha degli slanci di generosità.

P. Leggendo il tuo curriculum nel 1994 inizi a collaborare con le iniziative culturali di Giorgio Camuffo a Palazzo Fortuny. Com'è nato questo sodalizio?

P. Sì, perché dopo quella roba della rivista lui mi chiamava continuamente, era rimasto colpito dall'iniziativa perché c'era qualcuno disposto a parlare non di sé, ma degli altri, mi ha detto più volte che è stato qualcosa che gli ha cambiato il modo di fare le cose. Iniziamo a collaborare dal '94, mi ha sempre chiamato o per scrivere o per presentare le persone.

P. Perché, secondo te, Venezia in quel periodo ha ricoperto un ruolo importante nella diffusione di certe istanze visive, soprattutto quelle sperimentali e internazionali?

P. Perché c'era Giorgio, lui ha avuto la capacità di trarre vantaggio da ciò che succedeva, aveva tanti soldi, investiva e nessuno lo obbligava ad organizzare qualcosa che fosse per tutti cioè le conferenze, certo poi l'hanno reso protagonista. Soddisfaceva vari aspetti, però è stato un motore inarrestabile, veniva sempre fuori con qualcosa da fare. Non bisogna essere nostalgici come Anceschi o come Lussu che parlava della grafica di guerra, di Steiner, Camuffo andava avanti.

P. Che cosa ti ha colpito maggiormente della mostra *Pacific Wave*?

P. C'erano dei grandi illustratori, robe nuove anche se il nuovo è sempre relativo perché parecchi decenni prima piacevano tantissimo i manifesti del rock psichedelico. Io non sapevo che avessero studiato i manifesti della secessione, erano una replica, si trattava di gente che studiava. Era tutto un rifare la roba che gli era piaciuta dell'inizio del secolo, stiamo parlando della secessione, quindi erano studiosi, gente appassionata, si conosceva poco del periodo, quindi erano andati a cercare manifesti in Austria. Era una mostra non tanto grande, ma robe nuove che in singoli capitoli ha sviluppato vari personaggi a livello internazionale, pochi hanno indovinato il titolo, a volte diventava una parola di uso comune, ma è attribuita a lui.

P. Nel 1995 scrivi un articolo per Creative Review *Fortuny Tellers* dove introduci il seminario che si era tenuto a Palazzo Fortuny ovvero *Fortuny Graphics* dove avevano preso parte in qualità di relatori Tibor Kalman e David Carson. Cosa mi racconti di questa vicenda?

P. Sì, ti passerò gli articoli, ho tutti i testi in un file. Tuttavia in quel occasione, ricordo che era venuto il direttore della rivista che

Giorgio conosceva o aveva conosciuto in quell'occasione che aveva fatto vari libri sulla grafica sui caratteri contemporanei e siccome c'era stato, o aveva partecipato anche lui e mi chiese di fare un articolo, un breve resoconto per l'occasione.

P. Mi risulta che rispetto alle mostre organizzate da Giorgio Camuffo sempre nel 1995 hai tenuto un intervento alla conferenza di presentazione della mostra *New Pop: Illustrazione Americana* in Triennale. Ricordi quali sono state le tematiche affrontate?

P. Sì, potevo avere improvvisato perché non ho traccia di quello. Improvvisato col fatto che era Carson quindi penso di aver messo in fila le cose che aveva fatto Giorgio rispetto a Pacific Wave. Il tipo di grafica che faceva Carson era molto interessante per esperimenti più radicali come sostituire l'intero testo con un font di immagini, un testo tutto illeggibile ovviamente, ma era un atto critico perché riteneva che l'articolo fosse stupido, gli avevano dato carta bianca quella di *Raygun*. Lui veniva fuori da tutt'altro ambiente, lui diceva che non era un grafico, ma che avesse solo fortuna, poi la fortuna è ubriaca, non a caso lui beveva tanto, comunque sia ha fatto dei bei lavori, bei libri come quello su un fotografo con un occhio solo, ha avuto belle idee per un po' di tempo, si parla della contemporaneità che ti brucia e ti consuma in pochi secondi. Come moti del suo continente non sa controllare l'alcol, come tanti attori che sono pieni di soldi e sempre ubriachi. Era una persona molto mite, sapeva di avere una fortuna sfacciata e che l'avesse sfruttata, era vittima della sua fortuna, timoroso di perderla tutt'ad un tratto. Carson non era solo una moda, aveva espresso in certi aspetti un'intelligenza in cui, in quegli anni, si facevano caratteri che fossero illeggibili, infatti il suo lavoro era critico, un americano colto, nonché era un sociologo infatti aveva una sensibilità per certi aspetti sociali collettivi.

P. Sempre nel 1995 intervieni a Trieste nel seminario *Design e Piccola Serie* con un intervento dal titolo *Design nell'era Digitale*. Ricordi quali sono state le tematiche affrontate?

P. Sì, erano dei lavori di evangelizzazione, cioè spiegare cosa stava accadendo tra analogico e digitale, atomi e bit, facevo anche questo genere di lavoro su *Casabella*, un lavoro divulgativo. Era un problema definire che il digitale consente anche la piccola serie, l'industria invece aveva la capacità di produrre, quindi nei miei interventi mettevo a punto dei concetti per aiutare chi ascoltava, e anche me stesso, a collocare le cose nel giusto ordine. Ho fatto interventi di questo tipo varie volte, l'idea che il digitale avesse origini lontane, il calcolo binario ha origini tra la fine del Seicento e il Settecento, l'idea che corrono insieme fattori concorrenti affinché si passi all'utilizzo delle idee che anche gli antichi romani e greci potevano avere. Loro però avevano gli schiavi quindi un'energia a costo zero, non c'era nessun bisogno di sviluppare per esempio una macchina a vapore seppure avessero tutti gli elementi tecnici per farlo. Pertanto, mettevo a fuoco questo aspetto storiografico in cui le cose accadono quando molti fattori vengono a coincidere, non bastano le idee, non c'è una spinta da una sola parte, ma ci sono concorrenze socio-economiche. Bisogna stare attenti, si rischia di essere più avanti rispetto al tempo corrente, il che costituisce un problema per le aziende. Chi lavora nel digitale, chi li progetta ha già tra le mani le nuove tecnologie, ma le presenta anni dopo, solo quando si è pronti. La catena parte dalle innovazioni nel campo militare e medico, dopodiché devono essere sdoganate e passate nel civile, di mezzo ci sono tanti anni.

P. Sulla questione del digitale hai iniziato a fare una serie di incontri anche alle università e risulta tra le prime quella al Politecnico di Milano. L'intervento era *Digital Wave* durante il convegno Design and Digital Media. Ricordi quali sono state le tematiche affrontate?

P. Credo che avesse a che fare con il professore del politecnico venuto a Ferrara e poi a Venezia, una vera autorità in Italia, Alessandro Polistina, aveva una grande stima da parte di tutte le aziende e aveva il difetto a livello accademico di scrivere poco, è stato il primo a tradurre l'html 3D in italiano. Era il responsabile di tutta la parte informatica, conosceva tutte le tecnologie e dato che, ai tempi, rappresentavo Venezia, mi ha invitato a fargli questo favore, da amici.

P. Nel 1996 inizi a scrivere in *Casabella* questa rubrica *Bitscity*. Quali argomenti trattavi?

P. Avevo fatto contemporaneamente un progetto per *Casabella* interamente online di cui c'è qualche brandello in giro. Questa *Casabella online* avrebbe dovuto fare ciò che veniva fatto sulla carta, il dirigente Electa, non so se era già in Mondadori, col quale avevo parlato sul mandato del direttore, mi aveva detto di fare un prototipo, così lo feci. Dopo averglielo mostrato, mi chiede di mettere un po' di pubblicità, lui mi aveva lasciato pagina bianca e quindi ho detto che se ci sarà una forma di pubblicità dovrà promuovere i libri e la rivista e aveva paura di non avere abbastanza fondi per finanziarlo. In quegli anni ingenui avevo il compito di segnalare i siti che avevano determinati argomenti, un tema, un museo o le riviste, insomma mostrare indirizzi di un ambito crescente, si stampavano delle pagine gialle con degli indirizzi, non c'era neanche Google, né un motore di ricerca, si trovavano comunicavano agli altri. Oggi questo tipo di rubrica non ha più senso e così ho incominciato a scrivere degli articoli. Il direttore della rivista *Casabella* aveva un caratteraccio e per cinque anni, dopo uno scherzo di carnevale, non mi ha più parlato, subiva ancora l'impronta del periodo in cui dall'Olivetti era venuto un nuovo amministratore delegato che ha espresso che le riviste devono essere rubricate. Le riviste si distinguono dai libri perché avevano le rubriche, fa parte di una sistematica, le persone leggono le rubriche, adesso non ce n'è nemmeno una. In questo passaggio epocale avevo la responsabilità di fare sapere che esistevano tante riviste, tante fonti, idee, varie curiosità, era anche divertente e facile da fare. In quel momento sembrava che i cd rom fossero il futuro dell'editoria, pertanto un'altra cosa che facevo erano le recensioni e indicazioni di cd rom. Era un'illusione che i cd rom potessero fare la guerra ai libri infatti sono spariti.

P. Hai organizzato convegni o seminari in cui i progettisti/relatori toccavano nella loro discussione il cambiamento attuato dall'avvento computer nella professione di graphic designer? Oppure hai organizzato interventi simili all'interno dell'ambito accademico e in particolare all'Università Iuav di Venezia?

P. Era venuta un sacco di gente, Erik Spiekermann, Matthew Carter, Leonardo Sonnoli, tanti sono venuti a parlare, Camuffo più di una volta. Tutte le conferenze sono state registrate, ma sono nastri, Joost Hochuli un grafico svizzero che ha pure fatto un articolo sulla rivista *Casabella* su grafica impostazione simmetrica e non simmetrica, ha fatto dei bei libri era un bravissimo grafico. Paul Shaw è un altro grafico svizzero che non finirà mai la sua tesi dottorale sul vettore del termine graphic design. Intervento su come cambiava la professione, no, c'erano le riflessioni iper-filosofiche, ad esempio, secondo Camuffo, i grafici dovevano occuparsi di altro, non ho mai capito di cosa, di commento sociale. Giorgio era un autodidatta quindi era difficile spiegargli che chi faceva comunicazione doveva almeno fare tre esami teorici sulla storia della comunicazione visiva perché è troppo importante. Una formazione storica aiuta a valutare e distinguere facilmente per esempio i caratteri tipografici, al di fuori della storia c'è il mito.

P. Rispetto alla ricostruzione dei tuoi interventi l'ultimo individuato, nell'arco temporale che indago, è quello tenuto a Fabrica nel 1998 dove presenti i lavori di Scott Makela rappresentativi della Cranbrook School. Me ne parli?

P. Avevo visto cosa avevano fatto, un po' come avevo fatto per David Carson, per Ed Fella invece ho fatto un intervento molto più approfondito e più spesso, ho fatto una presentazione di Fella anche a Fabrica. Ricordo all'interno del libro avevo messo le farfalle, intendo quelle che girando l'elastico, volano perché volevo rappresentare la levita che bisogna dare a questi approcci. Il suo curriculum meriterebbe, ho una mostruosità di locandine sue. È una figura che va collocata diversamente, è un neo-dada non un grafico, un artista, la fotografia e il ritratto sono tutti giochi su passate esperienze. Nella storia è uno di altissimo spessore e sa che la sua opera sono i manifesti e spera che qualcuno ne faccia un libro. Quando il direttore del periodico *Creative Review* fece il libro sulle sue immagini riprese un articolo fatto su Casabella su di lui che grattava solo la superficie non la profondità. Fa sempre la stessa cosa con un intento artistico dichiarato, se guardi la bibliografia, con una determinata conoscenza ed esperienza artistica, della prima parte del Novecento, negli USA è difficile trovare qualcuno che abbia il suo stesso spessore. Quindi un giorno regalerò la mia collezione a una biblioteca, per anni lui continua a mandarmeli e mi sentirò sempre in debito con lui. So che questa roba merita di essere fatta perché è un personaggio di scala enorme, ma bisogna avere una preparazione per apprezzare l'apparente facilità delle cose che fa.

P. Visto la grande attenzione e passione verso la tecnologia, l'aspetto che mi interessa è il passaggio fondamentale dei processi di produzione dall'analogico al digitale. Secondo te quale è stata la potenzialità del computer e può essere visto come qualcosa aldilà di un mero strumento?

P. No, non è solo uno strumento, l'irruzione degli individui tecnici nella

tecnologia rappresenta grandi vantaggi e altrettanti svantaggi. Io ho fatto l'esame di Analisi 2 nel 1970-71 sul computer avendo avuto a disposizione il terminale dell'istituto di fisico a Roma. Aldilà di uno strumento ha creato un mondo, ci vorrà ancora tempo perché si sviluppi completamente, vederlo solo come una macchina da scrivere è errato. Quello che produce rimane, tant'è che ha cambiato la società, senza internet, se manca la corrente che facciamo? Suscita un problema per la conservazione degli oggetti, degli strumenti e dei programmi per produrre gli artefatti. Le cose che produce, il rapporto con la mente, le modificazioni col rapporto nella scrittura e lettura è formidabile, è un produttore nell'innovazione dei linguaggi, mi affascina. Sono interessanti le premesse sull'interazione ovvero che la macchina debba essere rallentata per combaciare le scarse prestazioni umane altrimenti i processi sarebbero troppo veloci e quindi rallenterebbero la digitalizzazione. Di conseguenza, viene tutto rallentato come per la robotica che segue una serie di regole per esempio non deve fare movimenti aggressivi o essere più alto dell'uomo. Dato che appaiono come magia tute le tecnologie nuove non devono essere aggressive, il computer ti fa pensare che sei uno stupido, ti mostra una superiorità nel calcolare i numeri primi, un altro mondo. Quindi ho avuto un'esperienza lunga di passaggio perché, il libro che ho fatto su ... ha coinciso con il passaggio della tipografia Chiovini di Roma dove, l'editore officina, faceva tutti i libri. Erano tutti indebitati con lui, aveva appena assodato personale per la fotocomposizione, ho ancora un po' di pagine conservate di ciò che mi arrivava nelle bozze, c'erano 5/6 errori per riga. Si lavorava con le bozze a piombo, procedimenti complicati e lunghi, per un anno sono stato usato come un test per correggere gli errori. Così mi ero fatto spiegare tutti i segni, tutti gli spazi e come questo processo derivasse dagli anni Sessanta, nonché l'ideazione di un linguaggio universale per la catalogazione. Di fatto, quando si usano i marcatori viene dato il tipo di caratterizzazione al testo che viene compreso tra la chiusura degli apici dei marcatori. Al loro interno, è indicato quando apre e quando chiude lo strong piuttosto che l'inclinato e così via, nonché il linguaggio che si trova nel html in realtà. Quindi ho avuto la fortuna di imbattermi in una serie di cose che mi hanno messo in anticipo taluni processi tra cui l'html che conoscevo sotto forma di un linguaggio a marcatori per la descrizione del testo. Dopodiché trovatomi a Venezia, la prima cosa da fare in una mostra è la carta intestata quindi andavo in tipografia dove chiedevano che tipo di carattere si desiderava. C'era un libro famoso in Italia con tutti i caratteri e per la mostra su Scarpa credevo fosse adatto il Garamond, non so perché, così in tipografia abbiamo fatto i testi relativi alla mostra con queste strisciate lunghissime. L'arrivo dei computer, gli Atari, ma con emulatore Mac ovvero il sistema operativo residente nella rom con all'interno del dischetto una parte del sistema, per cui era velocissimo. Aveva un processore della famiglia 8000 che usavano i Mac per cui conteneva la copia di una rom del Mac che funzionava sia sugli Atari che sui Mac. L'Atari aveva investito un patrimonio, faceva le macchinette per i giochi, pian piano stava decrescendo e hanno investito nei computer. Hanno sviluppato il primo programma di impaginazione PageMaker e il primo emulatore PostScript, ancora prima del Mac. Erano molto avanti, avendo avuto fortuna in Germania e presso le band musicali hanno continuato a sostenere quel lato di entertainment, giochi e musica con dei programmi che esistono ancora, ma con un nome diverso. Purtroppo non hanno mai sviluppato un aspetto professionale anche se durante i miei primi lavori al computer usavo una base dati, un programma di scrittura formidabile. Ricordo che con questa base dati sono riuscito a fare la guida all'architettura italiana, avevo schedato quattromila edifici. Era rapidissimo, avevano le capacità per fare concorrenza al Mac se avessero avuto la visione dell'uso professionale. Il Mac non disponeva dell'emulazione PostScript per cui i caratteri erano ancora col punto linea e non avevi gran controllo, non potevi fare nulla di attendibile. Successivamente passando dalla colla alla cowgum, ovvero questi rotoli che stendevi, facevi la correzione e mandavi indietro per essere fatto da terzi, i quali pur di non perdere il lavoro, erano passati dalla tipografia alla fotocomposizione, quindi non conoscevano l'errore di macchina. Con la digitalizzazione sono scomparsi, ormai si hanno già i file scritti. Il cambio è stato formidabile, si presentiva quelle macchine, ma quando il Mac ha adottato la capacità completa di impaginazione si è arrivato ad un punto nel quale la professione progettuale non aveva equivalente se non per la responsabilità sociale. Il computer ha un rapporto di onnipotenza perché quello che vedi è esattamente quello che vedrai nella carta. Per esempio, un architetto rispetto a un grafico non vedrà mai ciò che fa su carta, invece per un grafico non c'è alcuna differenza tra quello che vedi e quello che esce, si parla di una differenza fisica non visiva. Con una buona stampante si aveva direttamente il libro, c'è un livello di controllo sull'oggetto che non è pensabile in nessun altro attività di progetto. Il libro, il manifesto lo stampi e quello che stampi è uguale a quello che esce dalla tipografia con una differenza davvero minima. Lo strumento ti da un potere di controllo che dovrebbe favorire estrema qualità ma purtroppo non è così, tanta potenzialità non viene rispecchiata nell'impostazione dei programmi di impaginazione che hanno una calcolabilità collocata sulla media di prestazione dell'essere umano. Una media è un'omologazione totale, è come comprare una chitarra senza fare un setup del manico, inclinare le corde nel modo giusto. In ugual modo vanno settati i programmi di impaginazione, probabilmente il settaggio standard è quello che si continua ad usare perché è alla portata di tutti dato che spesso per essere capiti del tutto, richiedono del tempo. Ci vorrebbero dei programmi aggiuntivi, delle copie che non dispongono della qualità complessiva, ma comunque capaci di controllare, per esempio, la sintassi. Avendo avuto a che fare con il linguaggio macchina penso che sarebbe bello se uno potesse forgiare da sé i propri strumenti come fa il buon ingegnere. Mi ricordo, all'inizio, dovevo fare delle copertine, avevo un programma che utilizzava le diverse intensità dei pixel per creare delle composizioni variabili legate all'estrazione del p greco, per esempio, numeri tutti diversi. Erano tanti quadratini in bianco e nero fotografati, all'inizio quando il massimo stava in un dischetto di 100 MB massimo, potevi pensare di modificare i programmi, avevano la possibilità di intervento abbastanza radicale. C'era un'applicazione tedesca in cui si potevano variare le equazioni in modo da ottenere effetti diversi, ti obbligava di studiare le funzioni associate a determinati effetti, quindi ti dava le basi per capire gli organi importanti, adesso questo manca del tutto. Mi è stata tanto utile per introdurre il sistema del computer e quali sono le componenti che dagli anni Trenta ad ora non sono mai cambiate, quindi non si trattava solo di variare ciò che veniva dato, ma semplificare i programmi a seconda delle proprie esigenze. Per quello usavo un programma di scrittura estremamente semplice, era rapidissimo e faceva solo quello che volevo, spesso in questi programmi avere tanto e tutto significa avere niente. Questi erano programmi di una fase primitiva e molto semplici quindi suggerivano l'idea che ognuno potesse farsi gli strumenti da sé, oggi è impensabile, i programmi fanno troppe robe e gli strumenti in più che a me non servono rallentano il programma e lo rendono meno fluido. Secondo me vanno concepiti in un altro modo, magari con pacchetti aggiuntivi che mi danno maggiori strumenti qualora mi servissero. Ormai i codici sono pieni di righe quindi solo i programmatori riescono a capirli, i costi si sono elevati e se si vuole si scaricano o se si è professionisti si comprano. Diciamo però che questo fa parte del fatto che l'universo della sistematica editoriale della composizione ella pagina e degli stampati potrebbero essere un paradiso invece sono un purgatorio se non un inferno. Per essere un paradiso bisogna studiare e farsi domande, ovvero ha senso usare un carattere del Settecento nel 2020? I caratteri che usiamo sono copie di copie quindi per rigore intellettuale usiamo solo caratteri disegnati dal digitale che ovviamente non nascono dal vuoto, ma da una lunga storia. Tanti la mescolano c'è una produzione di caratteri gigantesca, anche tra quelle fornite gratuitamente, invece una volta erano di qualità pessime, ormai sono meglio. In rete, attraverso la condivisione, a differenza di qualche anno fa, ci sono caratteri disegnati benissimo impiegabili a più esigenze, famiglie intere, adatti a i nostri tempi. Alcuni, inizialmente sono gratuiti, dopodiché seguono una politica tipica della rete, incominciando a venderli solo dopo avere acquisito le informazioni per il commercio. È un mondo di capitalismo sfrenato con gente che riesce a fare giochetti di vendita.

P. Negli anni Ottanta lo scenario della grafica italiana è caratterizzato dalla stagione della grafica di Pubblica Utilità? Cosa pensi a riguardo? Qual è l'eredità lasciata da questo movimento?

P. La denominazione è poco comprensibile, quindi il primo passo è quello di sottoporre il termine all'inversione di carica allora dovrebbe esserci una grafica di inutilità pubblica. Mi spiego meglio, come fa a non essere utile se è una grafica pubblica? Il termine è laborioso dovuto al fatto che negli anni Settanta c'è stato un accordo in conseguenza al voto che si spostava dal governo della regione al governo delle città, una risposta è stato lo sviluppo di tante mostre.

P. Come mai i linguaggi sperimentali e l'apertura verso il digitale si sviluppano più facilmente nelle aree geografiche periferiche del design invece che a Milano?

P. Non sono sicuro, forse perché avevano più voglia di usare gli strumenti nuovi. Quando dico di non sapere intendo che non ci ho mai pensato e non ho i documenti e gli elementi per valutare, detto ciò, non credo che a Milano non si appropriassero dell'attrezzatura

e degli strumenti tecnologi del tempo. Roberto Pieraccini, che ha lavorato per Olivetti, aveva subito lavorato col computer. Nonostante ciò, il passaggio al digitale non ha comportato il bisogno di utilizzarli anche da persone ormai formate come, ad esempio Franco Grignani, probabilmente era troppo anziano, lui utilizzava la fotografia. Meriterebbe un lavoro su di lui, ha immaginato la pop art prima che fosse inventato il nome, era moto più avanti a livello visivo. Anche Spiekermann faceva grafica di pubblica utilità tipo le ferrovie, la segnaletica europea, ma ogni volta non stava lì ad affermare: “noi siamo i grafici della pubblica utilità tedesca”, capiva che se sei un grafico devi avere la concezione artistica del mestiere, come molti di loro hanno già, di conseguenza si concepisce che il proprio servizio è di pubblica utilità. Per pubblica non si intende solo l’organizzazione governativa, bensì tutto ciò che non è privato, è pubblico se lavori per la Mondadori, stai facendo un lavoro pubblico che deve essere utile altrimenti non viene nemmeno pagato. Il termine mi sembra proprio sbagliato, espresso male, potevano dire per lo meno i grafici di sinistra e allora saremmo più contenti, credo sia la dizione corretta, ma da evitare perché indica una connotazione politica che non rispecchia la connotazione qualitativa delle arti. Denominare il termine grafici di sinistra non sarebbe adatto, è un elemento che tocca i convincimenti politici degli individui, uno può essere di destra ed essere un ottimo pittore, non vedo dove sia la contraddizione.

Fabrizio Schiavi

type designer
▶ Milano
31.07.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto e come si è approcciato al mondo della grafica.

S. È stata una scelta delle scuole medie, praticamente. Le uniche cose che riuscivo a fare erano il disegno e la progettazione grafica... e allora ho deciso, anche su suggerimento del mio insegnante, di andare a frequentare una scuola fuori Piacenza, perché nella provincia piacentina non esisteva un istituto che garantisse la formazione del progettista. Allora mi sono traferito già all'età di quattordici anni all'Istituto d'Arte Paolo Toschi di Parma. Per fortuna è stato interessante e soprattutto ho potuto cimentarmi veramente con il progetto grafico e sempre per fortuna ho avuto degli insegnati validi.

P. Dopo aver terminato l'Istituto d'Arte cos'è successo? Come ha proseguito?

S. Dopo l'Istituto d'Arte mi trovavo in una situazione un po' paradossale, perché come ex studente ero abilissimo nel lavorare manualmente, avevo capito come progettare gli impaginati grafici senza alcun problema, sapevo comporre tipograficamente attraverso i caratteri mobili, ma immesso nel mondo del lavoro mi sono scontrato con la diffusione del computer. Oramai tutte le aziende avevano bisogno di gente che sapesse usarlo, quindi è stato un impatto veramente spaventoso. La mia fortuna è stata che un mio amico aveva un parente all'interno di un service di stampa e questo service in cambio di una specie di apprendistato mi poteva insegnare l'utilizzo dei principali programmi e del computer, quell'esperienza è stata la mia fortuna. Ho iniziato a lavorare innanzitutto per lavori molto umili: i sacchettini del pane, la personalizzazione di qualsiasi cosa, prima per negozi del circondario; però nello stesso tempo ho acquisito una conoscenza tale che non avevo più paura di utilizzare nessun programma. Lavoravo indistintamente sia su ambiente Microsoft sia su quello Apple, non mi spaventava più niente alla fine, così ho acquisito una conoscenza importante! Da lì ho iniziato a disegnare la mia prima font, che avevo già tracciato a mano nel 1988, ispirandomi alla grafica di Neville Brody. Se devo essere sincero era proprio una specie di clone di quello che aveva fatto Brody, l'ho chiamato *Exit*. È stato la prima font che sono riuscito a ridisegnare con il computer, dopo averlo disegnato a mani. Dopodiché l'ho presentato non ricordo a chi e l'hanno pubblicato. Che soddisfazione!

P. Suppongo che tu abbia iniziato a utilizzare il computer appena terminati i tuoi studi formativi, giusto?

S. Considera che il disegno è del 1988, ma la realizzazione vera e propria e attorno al '90-'93. È stato l'anno in cui sono riuscito a capire come generare una font, prima di allora non si sapeva nemmeno come fare! Mi piaceva talmente tanto! In quel tempo lì ero giovane, pieno di energie, se c'era da sperimentare si sperimentava, qualsiasi tipo di cosa, a me portava una sorta di soddisfazione che non ti so neanche descrivere! C'era il divertimento, la ricerca, era veramente molto bello. C'erano anche questi fonti molto sperimentali, moto fuori di testa che erano un po' collegati a quello che veniva fatto anche all'estero. Quindi vedevi delle produzioni fuori di testi e tu ti adeguavi. Solo che io vedevo che c'era una sorta di destrutturazione fine a stessa, in quello che veniva prodotto fino a quel tempo. Io stavo cercando qualcosa di più armonioso, qualcosa di nuovo, che avesse anche un po' il mio linguaggio, non solo quello di destrutturare fino a se stesso. Anche a distanza di anni, riguardo quello che ho fatto e penso "Non è poi tanto male!". Sono l'unico a pensare così!

P. Quando hai iniziato a lavorare, qual era lo stato delle tecnologie degli strumenti nell'ambito della grafica?

S. Considera che c'erano questi software che erano illustrator e FreeHand, con i quali facevi un po' tutto, oltre a Photoshop che ti serviva per gestire l'immagine. Ma per realizzare i caratteri c'erano due strumenti: uno era Letrastudio della Letraset ma che risaliva agli anni '80 ed era bellissimo, veramente molto bello. Il problema è che era stato abbandonato, non c'era proprio nessun tipo di aggiornamento, per cui ha avuto la meglio negli anni '90 il Fontographer. Fontographer ha aperto le porte a qualunque tipo di sperimentazione.

P. Cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel graphic design?

S. Una possibilità nuova di espressione. Sapevo già fare grafica senza problemi, nessun problema a realizzare niente, però questo tipo di strumento ci offriva dei nuovi tipi di libertà, hai più possibilità di sperimentare. È stato un arricchimento da un certo punto di vista.

P. L'uso del computer ha cambiato anche il tuo approccio alla metodologia progettuale?

S. Sì, assolutamente. Se prima si disegnava qualsiasi cosa prima di realizzarla, da allora non ho più schizzato niente: si parte già con l'idea a schermo e si lavora già su quella. Praticamente bypasso un sacco di passaggi, arrivando subito a quello che ti serve.

P. Ricordi quando hai acquistato il tuo primo computer?

S. Mi sembra nel '93-'94. Proprio l'anno in cui è iniziato... allora era proprio un bell'investimento!

P. Ti ricordi il costo?

S. Alcuni costavano 10 milioni, è vero! C'era il Quadro che costava 10 milioni, io ho preso NC2 ed era quello che alla fine costava anche meno... alla fine l'ho pagato 5 milioni. Era un Mac. Ma non sono sicuro della sigla... erano cifre folli!

P. Perché hai scelto di occuparti proprio dell'ambito del progetto di caratteri? Cosa ti ha spinto ad appassionarti proprio alla tipografia?

S. Secondo me la tipografa è il centro della comunicazione. Poi è utilizzare anche un'immagine, però l'immagine può essere anche ambigua, non in senso univoco, potrebbe avere diversi significati. Invece con la tipografia trovo che ci sia la possibilità di trasferire quella che è l'emozione, attraverso il segno. È questo che mi affascina: attraverso questa sperimentazione fuori di testa in quel periodo si voleva trasmettere questa sorta di energia, energia che poi non vedo più da nessun'altra parte, con un appiattimento dei linguaggi. È indimenticabile anche per quello. Sì, direi che è proprio quello, la possibilità di esprimere qualcosa in maniera meno ambigua.

P. Quando hai iniziato a lavorare qual era il panorama della grafica italiana in quegli anni?

S. Era molto legato allo stile anni Ottanta, c'era veramente questo uso estensivo del Futura, del Garamond, non si usciva dall'utilizzo di più una decina di font e c'erano solo questi. In più c'era anche una rigidità nell'impaginare, c'era una metodologia che andava rispettata. Con il nostro avvento è cambiato tutto: non è che avessimo inventato noi, noi abbiamo seguito una corrente che era partita tutta da David Carlson e ci siamo adeguati, però è stato veramente un impatto violento, brusco, passare da un tipo di grafica così tradizionale a questo è stato davvero un bel salto.

P. Secondo te, come veniva percepito lo scenario della grafica internazionale degli anni Ottanta e Novanta in Italia?
S. Sì, c'era un percepito, tant'è vero che c'erano anche alcuni libri cha hanno avuto un successo pesante, nel senso che anche quelle persone che utilizzavano questa grafica tradizionale l'avevano nella loro libreria, questo

tipo di grafica nuova. I primi esempi di questo tipo di grafica rivoluzionaria partivano da dei concetti che erano interessanti. Noi abbiamo colto l'aspetto della forma e ne abbiamo fatto noi un risultato molto destrutturato, molto rivoluzionario da questo punto di vista, però loro partivano anche da un concetto, cosa che noi non avevamo a quel tempo: questo interessava di più a queste persone che facevano grafica tradizionale. Parlo di questo perché Mario Piazza un giorno mi aveva chiamato per parlare di *Climax*, ed è stato fantastico e indimenticabile. Sono andato nel suo studio e mi aveva detto «Guarda, voi non state facendo grafica, state facendo carta da parati!». Lui aveva ben capito quel era la differenza tra fare grafica di un certo spessore e la grafica per fare tante grafiche e divertimento. Questa è stata un'osservazione che mi ha salvato la vita, da un punto di vista, perché non puoi fare la grafica da un punto di vista solo estetico, perché non ti porta a niente. Quando cominci a utilizzare, a basarti su un contenuto, allora comincia ad essere veramente grafica professionistica, di quelle che può lasciare il segno.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali rispetto alla scena grafica internazionale? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito al suo bagaglio culturale. Come ti sei formato rispetto al panorama internazionale e anche a quello digitale?

S. Attraverso alcune pubblicazioni, in particolare il catalogo della mostra *Pacific Wave*, l'altro era Take Over Things Out e poi qualcun altro che adesso mi sfugge... anche i libri di Neville Brody.

P. Come è inizia la tua collaborazione per la rivista indipendente e sperimentale *Climax* ideata da Jumbo Manfredini?

S. Tutto è nato da questo libro che ha pubblicato lui, attraverso la casa editrice di Modena Happy Books, era stato realizzato questo libro che raccoglieva tutti i vari flyers del momento ed erano talmente interessanti e talmente paralleli a quello che stavo facendo che ho detto: non posso non andare a conoscerlo. Così ho scritto a Dina Cucchiaro, che era colei che gestiva la casa editrice e mi ha fissato appuntamento con Jumbo ed è stato incredibile fin dal primo giorno. Da lì è nata un'amicizia profonda, veramente notevole. Ci siamo frequentati per diversi anni e da questa frequentazione è nata la voglia di realizzare *Climax*, questa rivista che doveva essere una raccolta di tutto quello che veniva pubblicato in Italia, attraverso l'utilizzo di questa grafica un po' innovativa. Abbiamo coinvolto un bel po' di altri grafici.

P. Quanti numeri sono stati pubblicati? Avevate concordato un numero di pagine fisse?

S. Che io ricordi due. Avevamo anche pensato di realizzare a Modena un evento che potesse essere una sorta di convegno sulla falsariga di *Fuse* alla quale abbiamo partecipato con un viaggio assurdo, una follia totale voler realizzare l'incontro *Climax* in Italia! Non ti so dire di preciso di quante pagine erano composte le riviste. Dovrebbero essere un centinaio di pagine, abbastanza consistente.

P. Da cosa nasce la volontà di affidare ogni singola doppia pagina a diversi grafici?

S. È un'idea di Jumbo. Io l'avrei limitata a meno grafici, ma lui ha coinvolto un po' tutti ma anche dall'estero. Avevano contattato anche uno studio olandese, che ci aveva mandato le sue cose... sempre per la sua grande energia incontenibile, è uno schiacciasassi!

P. Per quale ragione ad un certo punto la pubblicazione di *Climax* si interrompe?
S. Un po' per le vendite che erano abbastanza contenute, soprattutto nel secondo numero e poi un po' perché ci siamo persi di vista. C'è stato un momento in cui ci siamo allontanati, io e Jumbo, e probabilmente è coinciso proprio con questo momento.

P. L'intera curatela del magazine era affidata unicamente a voi due?

S. Soprattutto Jumbo. Poi non mi ricordo se avessi provato a continuare un terzo numero... non mi ricordo. Diciamo che lui era veramente il perno di tutto. Mi ricordo che ho impaginato tutto in QuarkXpress, abbiamo lavorato fianco a fianco.

P. Cosa ha significato per te partecipare all'esperienza dell'ideazione e della produzione di *Climax*?

S. Una bella occasione per dare vita, per esprimere la nostra grafica, come se fosse un'ottima occasione per esprimersi. Non pensavamo assolutamente a vendite, guadagni, anzi... non abbiamo preso neanche un euro, noi giocavamo e basta!

P. L'esperimento editoriale di *Climax* può essere paragonato a quello della rivista californiana *Emigre*?

S. Non aveva gli stessi contenuti. Poteva creare delle connessioni interessanti, che poi più di tanto non hanno attecchito molto. L'unica analogia è proprio quella delle connessioni, ma per il resto mancava un po' di contenuto, davvero. Era il grosso handicap di questo, se noi avessimo trovato anche qualcuno che scrivesse, parlasse di quello che ci passava in testa, sarebbe stato molto più interessante, si sarebbe venuto a creare un dibattito. Mancava l'apporto teorico. Il teorico più che altro serviva anche per mettere in evidenza questa specie di rottura, un po' dadaista, che c'era. Era veramente una sorta di dadaismo italiano in quel momento. Solo che non riuscivamo ad esprimerlo in parole, per cui non ci sono mai stati degli articoli, era tutto un giocare e basta.

P. Dopo o parallelamente all'esperienza di *Climax*, avvii il progetto di costituire una fonderia digitale supportati sempre dalla casa editrice Happy Books? Perché avete scelto questo nome?

S. Sì, si chiamava *Fontology*, per scimmiottare Scientology che era una sorta di nome individuato e ironico, proprio per mettere in evidenza questo tipo di scienza di sperimentazione, chiamiamola così, in cui tutti i font dovevano avere una sorta di rottura con il passato.

P. Ti ricordi in che anno tu e Alessio Leonardi avete fondato Fontology?

S. Nel 1995, lo stesso anno di *Climax*. *Climax* era composto con gli stessi font pubblicati. *Fontology* è stato dall'inizio alla fine un progetto mio, perché ho fatto proprio tutto: impaginazione, fonts. Abbiamo coinvolto anche Alessio Leonardi a un certo punto. Noi ci siamo conosciuti durante la partecipazione a Berlino dell'evento *Fuse 95*, ci siamo piaciuti subito perché accomunati dallo stesso tipo di filosofia e approccio sperimentale alla grafica. Lui stesso progettava dei font che sono stati pubblicati da quella fonderia tedesca, facevano flyer negli anni '90: Face 2 Face, si chiamava. Anche lì c'è un esempio di rottura negli anni Novanta.

P. Hai mai progettato e venduto per la casa di produzione Face 2 Face?

S. No. Tutti i font che ho prodotto in quel periodo sono stati un po' pubblicati su Fontology ma poi distribuiti da T26 o da FontShop, anzi, li trovi ancora adesso... T26 no. La fonderia è anche un distributore.

P. Quanto tempo durò l'esperienza di *Fontology*?

S. È stata proprio un paio d'anni, da quel momento lì. Molto probabilmente i font non si vendevano neanche più, allora non c'è stato un seguito.

P. Qual altri progetti sono nati in quegli anni? *Exit*, *Climax*, Fontology, ma ce ne sono altri?

S. Questi font sono stati distribuiti, sono una decina. Negli anni li ho sviluppati un po' tutti. Molti di questi sono stati pubblicati in alcuni pacchetti voluti da Neville Brody, si chiamavano Dirty Faces. Brody stesso, quando l'ho conosciuto, si era meravigliato del fatto che riuscissi a pubblicare dei font così diversi tra loro ma sempre un po' interessanti, tant'è che li ha utilizzati per diverse pubblicazioni.

P. Prima mi accennavi che con Jumbo avete partecipato all'iniziativa *Fuse 95* dove hai conosciuto Alessio Leonardi, eravate lì come spettatori o relatori?

S. Io dovevo tenere un workshop. *Fuse 95* si suddivideva in conferenze e workshop con type designer internazionali, al piano superiore di questa grande struttura architettonica si tenevano i laboratori, mentre al piano inferiore si tenevano le conferenze. È stata una cosa abbastanza interessante. È stato fatto a Berlino.

P. Nel 1996 con Jumbo avete organizzato una mostra all'interno della rassegna *NightWave*, dal titolo 202 x 20 Climax vs. Apple. Mi racconti la genesi di questa iniziativa?

S. È vero! 20x20, avevamo fatto delle cose... Eravamo riusciti a parlare anche con i rappresentanti politici... il problema è che veniva a costare un po' troppo, stando ad un primo bilancio abbiamo presso paura tutti quanti, o qualcosa non è andato in porto, non sapevo bene. Improvvisamente hanno detto "è saltato tutto" ma non ho indagato. Ho davvero un vago ricordo, molto vago. Veramente strano, come se l'avessimo rimosso! Era a Rimini? *NightWave* era un evento che è durato solo 2 anni e ruotava attorno al mondo del clubbing. Branzaglia, con un imprenditore illuminato, ha deciso di dare anche all'apparato culturale: si sono tenuti una serie di seminari sulla grafica, con il computer e l'unica mostra di grafica era

questo. Si era discusso anche su come stava cambiando il costume in quegli anni, legato al clubbing che si riversava nella società e i grandi brand cominciavano a guardare l'abbigliamento di strada.
Nel '96 mi ricordo che stavo lavorando a Bologna, se non sbaglio... sì, lavoravo presso una casa discografica a tempo pieno, per cui molto probabilmente non sono stato molto informato perché ero in questo carcere!

P. Quindi hai lavorato anche nel settore della musica?

S. Sì, copertine. Tantissime! Si parla negli anni'96-'98, i momenti in cui ho lavorato per la musica. La casa discografica si chiamava Expanded Music. Avevano fatto dei successi incredibili agli inizi degli anni '90: ti ricordi *Eins Zwei Polizei*? Questo era un loro successo! Poi c'erano i Galinero, questo personaggio che in discoteca c'era solo quello, sentivi solo queste cose qua. Capisci che negli anni '90 avevano fatto questi successi da Disco d'Oro, si parla si vendite proprio fuori dal normale e hanno cominciato a crederci davvero. Il problema è che hanno sempre coinvolto dei produttori che non riuscivano a tirar fuori qualcosa che potesse essere di successo. E io dovevo le copertine per tutti questi produttori!
Ne avrò fatti almeno duecento e non li riesco più ad aprire, perché erano tutti in un formato FreeHand e tu non li riesci più ad aprire... è perso tutto! Neanche pdf, ne ho pochissimi! Ne ho esportati per la stampa, ma già il tipografo dal formato wmp riusciva a stampare senza problemi. Ne ho duecento ma tutti da convertire.
Io mi ricordo che c'è stata una sorta di... Io guardo un po' con il sorriso, perché tutte le riviste, ma anche, i libri, le pubblicazioni, le pubblicità, qualsiasi cosa ad un certo punto doveva utilizzare questo tipo di grafica, in quel momento. Infatti, New Wave probabilmente era un qualcosa di globale in questo senso, ma anche in Italia vedevi alcuni esempi che erano abbastanza ridicoli, di chi cercava di essere più alla moda e venivano dei risultati ridicolissimi. Dovevano mantenere un piede nel passato per essere riconoscibile e nello stesso tempo utilizzavano questi font fuori di testa, destrutturati, illeggibili molte volte. È vero, una sorta di *New Wave* c'era, ma era globale, non italiana, non c'era dubbio.
Lo stesso Maoloni era un genio. Io mi ricordo che, quando ho scoperto questa rivista *Extra* ci sono rimasto e dicevo "come fa?!". Esprimeva questa sorta di libertà espressiva che era la nostra pappa. Ma già al tempo, molto prima di noi! Già alla fine degli anni Ottanta tirava fuori *Sfera*, queste riviste bellissime, fatte veramente con cognizione, veramente belle!

P. Quali sono i tuoi lavori di quel periodo che esprimono al meglio la diffusione del digitale?

S. Di scuro le cose più originali che ci sono, sono *Modo One*, questo Lithium, questa combinazione in cui i pittogrammi e porzioni di immagine erano pensati per essere combinati tra di loro, in modo da creare una sorta di nuovo geroglifico, di nuovo linguaggio, che non avevano un'interpretazione ma trasmetteva proprio solo emozioni a colui che lo guardava. È una sorta di sovrapposizioni di immagini, è una sorta di font che è creato per poter esprimere la sovrabbondanza di immagini, quasi un rumore visivo, tant'è vero che quando si usa il ... si sovrappone, creando un casino incredibile, una confusione paragonabile a quella del traffico, come avere tante radio accese sovrapposte l'una sull'altra. Sono quelle cose sperimentali che a distanza di tempo non sono affatto male!
Poi ci sono altre: questa è la revisione di un font che si chiama Aurora, che è un font vecchissimo degli anni '50 e invece questo sarebbe FF Font Font 0069 e poi 9006 che sarebbe la velocità del fax. È un nome che hanno trovato lì in Germania, perché il nome che avevo proposto io era Aurora remix, qualcosa del genere e non piaceva molto. Ma in quegli anni noi comunicavamo solo attraverso il fax: c'era da mandare qualcosa di graphic da far vedere, fax, arrivava e si aveva un'idea sommaria di quello che doveva essere il risultato. Noi, io e questa persona che lavorava a FontShop che probabilmente era la responsabile della selezione dei vari font, comunicavamo attraverso il fax e utilizzavamo un font che avevo creato inizialmente, era un Aurora un po' tagliato, segmentato. Attraverso i vari passaggi sul fax, saltavano fuori dei risultati sempre più interessanti: la "e" si univa e il fatto che fosse tutto pixellato mi ha dato proprio lo spunto per creare qualcosa di quasi illeggibile, che però è proprio al confine con la leggibilità, si può ancora leggere ma è molto destrutturata. Questo metodo piuttosto inusuale mi è piaciuto, per cui ho utilizzato veramente a più livelli questo tipo, sono riuscito a ottenere questi risultati, diversificati, a volte un po' più complessi. Ce n'è uno che è totalmente illeggibile.
Poi c'è questo Sidewalker, fantastico! Non so perché mi piaccia, ma ci sono elementi che sono leggibili, altri che sono presi proprio dalla stampa dei bidoni, proprio i bidoni dell'inchiostrazione che è e venuta male in certe zone e sono forme espressive, che mi attirano molto, per cui li ho ripresi. Questo doveva essere un pezzo di "o", gli ho aggiunto un rettangolo verticale l'ho fatto diventare una "d". Ma questa è veramente presa da un'impronta lasciata su un bidone. Qualsiasi macchia prodotta poteva essere utilizzata in questo contesto.

P. Quali sono i caratteri che Neville Brody ha utilizzato?

S. C'è questo, Ge-boy, poi Trail 1, la destrutturazione dell'OCR-A. Anche lì è particolare... utilizzando questo carattere strano, destrutturato, si ottengono veramente nuove forme, che creano un po' di alienazione già nel poterlo leggere. [...] Questo è lo step seguente di quella sperimentazione con il fax, non si legge più niente quasi! Questo è il catalogo che avevamo realizzato noi, fatto stampare da Happy Books e aveva ogni pagina c'è la presentazione di un font, erano mi sembra 12 pagine, non di più. La parte centrale era quella di Alessio Donati... diciamo che avevamo imposto l'utilizzo degli stessi colori, impaginazione, avevamo dato un po' di direction.
È interessante da intervistare, secondo me, anche Cristina Chiappini. Lei faceva già tipografia e aveva fatto dei font sperimentali e in più aveva creato dei movimenti, una tipografia un po' in movimento. Dal movimento lei riusciva a realizzare delle lettere, creava una sorta di linguaggio, un po' come facevo anch'io, particolare. Ci siamo conosciuto a *NightWave*, se non sbaglio, a Rimini.

Silvia Sfligiotti

progettista grafico
▶ via Skype
09.07.2019

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto. Anche per ricostruire un po' la sua storia prima dell'esperienza dello studio Alizarina.

S. Allora, io ho studiato alla Scuola Politecnica di Design di Milano, che esiste tuttora ma che all'epoca era molto diversa da come è adesso. Si trattava del 1985 quando io ho iniziato a frequentarla, avevo diciott'anni, ed era configurata come un diploma di due anni, per cui nel 1987 mi sono diplomata. La scuola aveva ancora come direttore il suo fondatore Nino Di Salvatore e si era usciti dall'epoca in cui insegnavano Bruno Munari e altri grandi maestri. Ricordo che Munari veniva ancora a fare una conferenza una volta all'anno però, era uno dei pochi eccetto per Heinz Weibl che faceva ancora parte del corpo docenti. Lui non è proprio da attribuire al primissimo gruppo dei maestri, ma insomma è vicino alla quella generazione, e poi c'erano altri professori, uno addirittura era un ex studente di quella scuola promosso a docente di cui purtroppo non ricordo il nome. Quindi era un momento in cui la Scuola stava cominciando a perdere la verve legata soprattutto alla generazione di designer che erano passati precedentemente di lì. Di conseguenza forniva una preparazione buona, ma a mio avviso molto scollata dalla realtà professionale di allora. Anche se il periodo in cui ho frequentato era quello, in cui in teoria il computer era disponibile, ma alla Scuola non ce n'era traccia, assolutamente non se ne faceva parola e anche nella vita professionale immediatamente successiva al mio diploma non è stato utilizzato per diversi anni.
Il primo lavoro l'ho avuto con Elena Camilla Masciadri che di formazione era un architetto, ma in realtà aveva lavorato tanti anni come grafica con Franco Bassi per poi fondare un suo studio, anche se avevano ancora diversi progetti in comune all'epoca. Quindi i primi due anni ho lavorato con lei e poi sono passata in G&R Associati, dove ho lavorato soprattutto con Giorgio Fioravanti, che è stata la figura chiave di questo percorso professionale.

P. Nel periodo in cui ha lavorato nello studio di Giorgio Fioravanti avevate già la possibilità di lavorare con il computer o la strumentazione digitale?

S. Non subito, nel senso che esisteva un computer, quando sono entrata lì nel 1990 c'era solo un piccolo Mac che era a disposizione solo per alcuni lavori. Come ho raccontato anche nell'intervista che mi ha fatto Michele Galluzzo, c'era un reparto di fotocomposizione interna in G&R Associati e quindi in qualche modo andava fatto lavorare. C'erano dei professionisti regolarmente assunti che lavoravano specializzati in queste unità di fotocomposizione che erano imparzialmente *What You See Is What You Get* (WYSIWYG), cioè c'era la possibilità di vedere un'anteprima, nella solita visualizzazione verde e nero degli schermi, di allora di quello che si poteva andare a fare. E quindi sostanzialmente come grafico tu ti facevi fare le strisciate di fotocomposizione, facevi il tuo layout, tornavi da loro con il tuo layout e loro ti impaginavano a schermo gli elementi. Comunque come studio lavorava un po' diversamente dagli altri proprio perché queste fasi avvenivano internamente, mentre quando ero da Masciadri, noi dovevamo comunque dare le specifiche di fotocomposizione per l'esterno. Quindi in G&R Associati era tutto facilitato perché, sì, si bisognava essere precisi sin dall'inizio, ma non al punto di precisione richiesto con cui si lavorava con fornitori esterni.
Tieni presente che G&R Associati era uno studio abbastanza grande, più strutturato rispetto ad altri – quindi dalle 5 persone in su – e avevano la possibilità economica di avere dei dipartimenti differenziati al proprio interno.
Al momento sto facendo fatica a ricordare quando sia avvenuta esattamente la transizione da analogico a digitale, però il lavoro per cui sono stata assunta ancora molto giovane, anzi, assunta no, perché sopra un certo numero di dipendenti, ossia quindici, eravamo tutti in partita a IVA. Mi hanno preso alla G&R Associati proprio per seguire un lavoro di impaginazione molto grosso che si faceva ancora analogicamente quindi per un lungo periodo, visto che quella era la mia principale occupazione, al Mac accedevo solo saltuariamente per piccoli lavori extra che si facevano nei ritagli di questo lavoro principale. Ma era proprio un'attività che dovevi prenotare. Dopodiché c'è stata una graduale conversione del reparto fotocomposizione, quindi si è passati dai sistemi di fotocomposizione al Mac, quindi gli operatori del dipartimento – se non ricordo male – per primi compirono gradualmente il passaggio di formazione dei programmi, soprattutto di QuarkXpress se non ricordo male, perché poi loro FreeHand non lo usavano; lo usavamo più noi grafici direttamente. Poi gradualmente sono aumentati i dipendenti capaci di usare il computer e anche i macchinari a nostra disposizione – sto cercando di ricordare esattamente quale e quando è stato il punto di passaggio per cui si è arrivati ad avere per ciascun progettista il proprio Mac. Tieni presente che una o due persone della generazione precedente hanno comunque continuato a lavorare in analogico, perché avevano una certa età e quindi avevano magari difficoltà ad approcciarsi a un nuovo strumento. Quindi era strano questo momento di transizione, in cui ancora per un lungo periodo si assisteva alla scena nella quale il grafico senior si sedeva accanto all'ex operatore di fotocomposizione per dargli indicazioni su ciò che visualizzava a monitor. Di sicuro i titolari – intendo i vari soci della G&R Associati – hanno continuato comportarsi così per tutto il tempo, lavorando per le cose più esecutive con quelli che erano stati prima gli operatori di fotocomposizione e per i progetti che avevano margine di qualità e importanza superiore coi grafici, insomma c'era il concetto di assistenza nei vari gruppi.
Adesso ho un ricordo del cambio sede dello studio da Via Zenale a Via Fusetti, dove, quella che è diventata la sede di tutti gli anni successivi, è avvenuto l'intero passaggio e tutti siamo stati dotati di un proprio computer.
Ricordo anche di colleghe e colleghi che in fase transitoria hanno fatto molta fatica e che spesso chiedevano aiuto a noi progettisti un po' più giovani. Per alcuni è stato un processo faticosissimo.

P. Per quanti anni poi è rimasta a lavorare nello studio G&R Associati?

S. Alla fine del 1996 ho cominciato lavorare a tempo semi-parziale per dedicarmi a qualche progettino mio e per collaborare con altre persone. Poi nel 1997 mi sono messa in proprio definitivamente ed è stato il momento in cui mi ho acquistata il mio primo computer, ma mettersi in proprio è stato impegnativo, perché dovevi incominciare con un acquisto economicamente rilevante, ossia gli strumenti digitali che ti servivano per lavorare. Forse anche adesso è difficile, però all'epoca avevi grosse spese, il computer, il monito... era tutto molto costoso. Quindi sì, dal 1997 ho iniziato a lavorare interamente in digitale.
Naturalmente l'inserimento delle immagini era molto tutto più facilitato, potevi fare delle scansioni molto più grezze e imprecise, ma anche lo scanner potevi acquistarlo successivamente e cercavi di condividerlo con altre persone perché il costo era eccessivo.
All'epoca ci si rivolgeva ancora molto ai fotolitisti, perché ti facevano le scansioni, ti seguivano in diverse operazioni passandoti prima le basse risoluzioni per impaginare e via via il resto. Perciò nonostante fosse tutto più semplice e veloce, i primi tempi erano connotati da un flusso decisamente più complesso.
Il processo di produzione rispetto a oggi era anche molto più studiato, perché, per esempio, – rimanendo sull'aspetto delle immagini – se ti arrivava un libro da impaginare c'era comunque un grosso lavoro di selezione delle immagini a monte per cui si decideva esattamente quali immagini scansionare e a che dimensione. Non potevi assolutamente permetterti di fare delle scansioni di troppo, adesso scansionare è una cosa che avviene molto molto raramente. Nella maggior parte dei

casi ti arriva già materiale sovrabbondante non selezionato in digitale e quindi si passa da continua revisione del progetto anche per quel motivo, mentre prima il processo doveva essere per forza di cose un pochino più complesso per certi versi, ma forzatamente più indirizzato su dei binari per altri.

P. Visto che si è anche occupata del volume *La Grafica in Italia*, secondo lei, qual era lo scenario della grafica italiana tra gli anni Ottanta e gli anni Novanta? E non è stata prodotta poca letteratura rispetto alla storia della grafica italiana di quel periodo?

S. Ma sai che in quel periodo non percepivo, non posso dire che fosse del tutto assente, però in realtà ce lo siamo un po' dovuti costruire uno spazio in cui si riflettesse in diretta su quello che stava avvenendo. In un certo senso, uno dei motivi per cui Fioravanti mi ha coinvolto in quel progetto, era anche per occuparmi di quella parte di grafica contemporanea. Nel progetto del volume c'era lui, che era parte stessa della storia di cui stavamo scrivendo, poi c'era Leonardo Passarelli, che di formazione è un vero e proprio storico – per quanto allora fosse anche lui molto giovane – e io ero, quella che aveva la curiosità sul presente e sugli sviluppi più recenti, quindi è stato un po' inevitabile che mi venisse affidata la parte sul contemporaneo.
Ciò che all'epoca ho percepito è stata sicuramente una differenza generazionale, o meglio, dei professionisti che in qualche modo pur essendo poco più grandi di me, si sentivano parte di una scuola della grafica italiana. Giusto per farti qualche esempio, Laura Massa, che nel 1990 aveva fondato lo studio Massi&Marti con lo svizzero Christoph Marti, nonostante la giovane età lasciava intuire nel suo approccio progettuale una linea di continuità coi 'grandi maestri' – per usare questa parola molto tra virgolette perché non la amo molto – come i vari Bob Noorda, Luigi Cerri, eccetera, da cui il suo lavoro era chiaramente influenzato. Si percepisce che lei stava portando avanti quel discorso lì, a differenza di altre persone che avevano assimilato altre culture e altri linguaggi visivi.
Solo per farti l'esempio di una persona che ho conosciuto proprio nel periodo delle ricerche sugli anni Novanta – sono più di una persona in realtà – e che avevano un atteggiamento diverso, ci sono: Massimo Pitis, Barbara Forni e Menichelli di studio FM, Mauro Carichini che adesso non è più in Italia e che era interessato alla tipografia. Di ognuno ricordo una caratteristica in particolare: Carichini era forse quello più appassionato di tipografia ed estetica digitale; Pitis sicuramente ha guardato tantissimo alla grafica americana degli anni Novanta, non necessariamente con un taglio digitale, anche se poi nei lavori dello Studio Vitamina quell'aspetto era molto presente. Sto parlando di digitale più che di tecnica e di mezzi dell'audiovisivo. Invece l'esperienza dello studio FM si collocava forse un po' a metà; Forni e Menichelli all'epoca non lavoravano ancora con Cristiano Bottino che si è associato successivamente.
Queste figure sono quelle con cui ho avuto più scambi, perché eravamo tutti a Milano in quegli anni. Poi c'erano delle realtà un po' più spontanee, ma forse anche un po' più sperimentali rispetto alla scena milanese, ossia tutto il giro dei romagnoli, di cui anche Carichini faceva parte e di cui facevano parte anche quelli che avevano ideato la rivista *Climax*, Jumbo Manfredini. Questi ultimi li ho conosciuti un pochino più a distanza, ho conosciuto anche Alessandra Morcella, uscita dallo studio Dolcini, che era presa invece tantissimo dall'ambiente musicale sperimentale, sia per il tipo di clientela quella della nightlife romagnola sia per il suo lavoro completamente digitale, connotato dall'immediatezza e dalla leggerezza data dal computer.
Ciò che ho notato molto in loro è stata la grande libertà di poter scegliere fra tantissime possibilità più che un intento ideologico. Ad esempio non ho riscontrato un preciso intento ideologico in quegli anni. Invece trovavo spesso progettisti che dicevano "Qui in Italia manca molto..." e ciascuno andava a cercarsi dei riferimenti naturalmente molto diversi tra loro, dettati spesso dalla cultura personale.
Figurati che Pitis l'ho conosciuto ad un corso di calligrafia facendo insieme ad un corso di Calligrafia presso l'Associazione Calligrafica. Carichini l'ho conosciuto più per amicizie comuni ed è tramite lui che ho conosciuto Barbara Forni e Sergio Menichelli.
Invece appunto in quell'indagine formale realizzata allora non ho trovato nessuno che avesse prese di posizione ideologica nel proprio lavoro. Si parlava soprattutto della necessità di rinnovamento, di ampliamento dei riferimenti, ma la tecnologia non era così discussa, era proprio come dire "okay, prendiamoci questi strumenti che ci sono e usiamoli", ma non ho mai individuato un dibattito, come quello che poteva essere in atto in parallelo in Paesi come gli Stati Uniti o la Gran Bretagna.

P. Secondo lei, quali sono state le ragioni che hanno decretato la mancanza del dibattito sui cambiamenti introdotti dal computer in Italia?

S. Secondo me perché non c'era la scena nella quale potesse avvenire, mi viene da dire. Erano proprio ambiti divisi. Noi, i progettisti più giovani avevamo il peso della presenza di quelli della generazione precedente che rispettavamo, ma sicuramente coloro facenti parte della generazione precedente non avevano alcuno interesse a osservare quello che stava avvenendo davanti ai loro occhi. Fioravanti è stato un po' un'eccezione, chiamandomi a collaborare al progetto del libro *La grafica in Italia*, aveva colto l'importanza di arrivare a trattare lo scenario italiano fino alla contemporaneità. Però in generale era come se ci fosse del reciproco disinteresse, come se noi dicessimo "Loro non hanno capito cosa sta succedendo adesso" e loro dicessero "Non stanno facendo nulla di interessante"; poi in tutto questo, secondo me, si era anche inserita una mancanza di percezione del senso del valore di alcuni episodi accaduti nell'ambito della grafica italiana. Ti faccio soprattutto l'esempio della grafica di Pubblica Utilità che è emersa soprattutto realizzando il libro con Fioravanti, io all'epoca mi sentivo un po' in difficoltà a capire che cosa fosse stato esattamente come fenomeno. Lo sentivo continuamente ribadito, ma nel concreto non mi sembrava che ci fosse una possibile interpretazione univoca di questo termine e che soprattutto non fosse mai stato chiarito. Che cosa si intendeva per grafica di Pubblica Utilità? Mi sembrava solo come un termine messo lì dai nostri predecessori come punto di riferimento e successivamente assimilato da noi senza alcuna perplessità. Non c'è stato appunto alcun momento di discussione e nessuno spazio in cui farlo, confrontandosi tra progettisti appartenenti a diverse generazioni. Poi sai, a posteriori quando sono andata ad approfondire questo fenomeno mi è chiaro che era difficile da inquadrare, perché i protagonisti stessi non erano stati capaci di inquadrarlo. Se leggi le introduzioni al catalogo della prima Biennale di Cattolica ci sono una quantità di ambiguità, un continuo girare intorno al termine, di non venire al dunque, fino a non saper dare una chiara definizione. Praticamente solo il testo di Giovanni Anceschi ammette che in fondo la grafica di Pubblica Utilità altro non era che un rifiuto di un certo approccio alla grafica, al di là del discorso della committenza.
Però la cosa strana è che se la generazione della grafica di pubblica utilità aveva voluto rompere – semplificando molto – con la generazione dei maestri milanesi, non è stata comunque capace all'epoca di diventare un riferimento per i giovanissimi. Lo è stata a posteriori solo tramite le figure di Anceschi e Giovanni Lussu che in modo diverso, soprattutto tramite la didattica, hanno continuato ad essere presenti nel momento in cui si è espanso l'ambito a livello più accademico, avvenuto però più avanti. Da una parte c'era Lussu che stava portando avanti tutto il discorso sulla tipografia, dall'altra Anceschi all'Istituto di Architettura Iuav di Venezia. Però è un periodo già successivo collocato tra gli anni Novanta e i Duemila. Mi ricordo infatti che ci fu un dibattito in Triennale durante la presentazione del volume *La Grafica in Italia*, in cui si verificarono momenti un po' polemici e di tensione in cui prese la parola ad un certo punto Manfredini. Peccato non aver predisposto una registrazione di quella situazione! La discussione naturalmente era partita dal tavolo dei relatori, dove sedevano Fioravanti in rappresentanza dei tre autori, Lussu e poi in sala c'era Noorda, Italo Lupi e altri della vecchia guardia imbeccati da Manfredini. Questa situazione aveva proposto uno schema non di continuità, ma di rottura, però non fu una discussione articolata in termini ideologici, ma più di distanza generazionale; forse andava bene che fosse così. A ben guardare il discorso sulla grafica italiana non è mai stato così lineare, basti pensare alla terminologia, non è paragonabile a come si parlava della professione progettuale in altri Paesi come gli Stati Uniti. A questa confusione generale bisogna sommare l'acquisizione tarda degli strumenti digitali e la loro lenta diffusione che hanno fatto sì che ci fosse uno scollamento, per cui noi non ci siamo soffermati tanto – forse non ci siamo passati per niente – nel periodo della grafica a bassa risoluzione bitmap. Domandati: quanti progettisti hanno usato il primo Mac in Italia? Nei primi anni successivi al 1984 erano pochissimi e finora non ho avuto grandi riscontri a questo quesito.Quindi quella cosa lì ha avuto alcuni flash, però è stata marginale. Non essendo stata duratura, non c'è stato un momento da dedicare alla discussione aperta sulla famosa questione della qualità degli elaborati che si sviluppò altrove.
Perciò è come se non avessimo avuto una figura simile ad April Greiman o un movimento con linguaggi visivi simili a quegli statunitensi. Ad esempio anche la mostra *Pacific Wave* organizzata da Giorgio Camuffo è arrivata un pochino rispetto al lancio del computer, nel 1987 i modelli della Apple non erano più totalmente bitmap, avevano subito delle migliorie. È stato brevissimo quel periodo lì della bassa risoluzione, poi il Post Script segue a ruota l'innovazione tecnologica e si passava velocemente a strumenti tecnologicamente avanzati, seppur sempre rudimentali rispetto a

ciò che usiamo adesso, eppure nel giro di pochissimi anni permettevano qualche possibilità in più e qualità visive differenti.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti culturali rispetto allo scenario della grafica internazionale? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito a formare il suo bagaglio culturale.

S. Molto banalmente, qualche viaggio a Londra e ad Amsterdam e all'epoca delle riviste come l'inglese *Eye*. Poi sono stata abbonata per un periodo a *Emigre*, poi anche *U&lc*, essendo i primi anni Novanta ero interessata a seguire di più la tipografia digitale. In quel periodo sono state soprattutto le riviste a creare una connessione con la scena estera e ogni tanto andare in qualche libreria. Ricordo nello specifico due librerie di settore, una ad Amsterdam e l'altra a Londra di cui non ricordo i nomi. In quella londinese ho comprato un numero di *Octavo* che mi è costato un occhio della testa che ho perso nei vari traslochi. L'unica rivista alla quale sono stata abbonata per diversi anni è stata *Eye magazine*. Il primo numero comprato è stato il n. 5, da lì in avanti questo periodico è stato il mio riferimento principale, perché *Emigre* l'ho comprata meno regolarmente. Trovo che fossero più interessanti i primi numeri in cui si sviluppò il dibattito, i successivi del secondo periodo, quelli con il formato diverso, si limitavano alla mera discussione testuale senza riferimenti visivi, di cui avevo tanta voglia. Loro all'epoca andavano nella direzione in cui alcuni numeri erano quasi unicamente testuali. Quindi rimasi abbonata per meno ad *Emigre* e dovendo scegliere, dato anche il loro costo, optai per *Eye*. Adesso un po' mi dispiace per la scelta fatta, perché certi numeri di *Emigre* mi avrebbe fatto piacere averli. Nella seconda metà degli anni Novanta con la diffusione maggiore di internet si sono affiancate altre modalità di informazioni. Importanti anche poi le mostre, come la Biennale. Internet ha aiutato a orientarsi meglio soprattutto se sai cosa ti interessa, di conseguenza diventa più facile decidere dove andare a trovare le cose che ti sono più utili. All'inizio era un po' navigare a vista e perdersi.
La spinta per me è stata soprattutto una grande curiosità nei confronti dell'aspetto tipografico, che era quello personalmente trovavo più limitato nella cultura della grafica italiana. Non trovavo niente che corrispondesse all'interesse che avevo io per la tipografia. Quindi cercavo altrove. Sì, devo dirti che all'epoca, quando ero giovane giovane per me era stato importante vedere anche il lavoro di Lupi, perché in lui vedevo una persona che – chiaramente la sua cultura tipografica era più anglosassone – usava l'illustrazione in tempi in cui nessuno la utilizzava, quindi per certi versi riconoscevo in lui qualcuno da seguire. In particolare perché mostrava che era possibile un approccio diverso da quello prevalente nell'ambiente grafico milanese di quegli anni. Poi appunto, tutto il mondo non milanese della grafica di pubblica utilità per me era distante soprattutto fisicamente, perché non avevo avuto la possibilità di vederla dal vivo e per strada. Ad esempio il catalogo della Biennale di Cattolica lo vidi anni e anni dopo, anche se in realtà era stato realizzato prima che io iniziassi a studiare grafica, però non mi sembra di averlo mai visto nelle librerie di G&R Associati – per farti capite la situazione.
Nello studio di Fioravanti le pubblicazioni arrivavano periodicamente, loro non erano abbonati alla riviste, ma saltuariamente in studio venivano i rappresentanti prima della libreria Salto – quando c'era ancora – e poi di altre realtà, che ci portavano dei volumi illustrati o degli annul per visionarli e soltanto dopo esser stati scelti venivano acquistati. Però erano più libri di reference, quindi antologie di loghi, pittogrammi, eccetera. Quindi non era tramite i canali interni dello studio G&R Associati che mi sono creata dei riferimenti rispetto al panorama estero. È come se in me convivessero due mondi paralleli: quello quotidiano legato al lavoro in studio, interessante e tanto formativo professionalmente; l'altro che guardavo come punto di riferimento e stimolo rispetto ai miei interessi, che all'epoca era abbastanza difficile da ricollegare e da portare a Milano sia per le grandi distanze sia per il tipo di clientela con cui lavoravo in studio che come tipologia di cultura visiva.

P. Secondo lei, che tipo di influenza ha avuto la tipologia di committenza nella diffusione dei linguaggi visivi sperimentali?

S. Tornando agli esempi che ho indagato quando stavo lavorando al volume *La grafica in Italia* per me è stato abbastanza palese – tieni conto che all'epoca non feci un'indagine approfonditissima, perciò qualcosa mi sarà pure sfuggita, perché era la prima volta che svolgevo questo tipo di lavoro per cui anche gli strumenti con cui mi muovevo erano abbastanza rudimentali – trovare progetti più sperimentali nell'ambito giovanile.
Ricordo che avevo incontrato i ragazzi responsabili della grafica del progetto Link di Bologna e a seguire tutto l'*entourage* emiliano-romagnolo, quindi in quegli ambiti avevo trovavo maggiore libertà espressiva. Non necessariamente nata appunto da una scelta esplicita, ma semplicemente dal fatto che si lavorava in un determinato ambito e quindi sì, in quel caso poteva essere una questione di committenza. Negli altri ambiti, comunque quello milanese, rimaneva di più la clientela aziendale con la quale era difficile proporre delle letture o soluzioni di sperimentazione estrema. Magari c'era un'alta attenzione alla comunicazione visiva, però era una maniera di progettare che incorporava alcuni elementi di novità senza mettere del tutto in crisi un sistema già collaudato.
Secondo me, negli anni Ottanta e Novanta non era più possibile parlare di *International Style*, perché oramai aveva assorbito tante cose, diversi stimoli e punti di vista. È stato interessante vedere in G&R Associati come veniva portato avanti il progetto di Vignelli in maniera diluita, cioè, diluito non è esatto, contaminato. Mi sto riferendo al progetto di Vignelli per il Piccolo Teatro portato avanti da Fioravanti – lo segue tuttora, credo – mescolandolo con una serie di elementi che l'hanno reso assolutamente diverso da quello originario. Se vai a vedere il lavoro degli anni Ottanta e Novanta dei vari Noorda e Cerri è difficile ricondurlo strettamente all'International Style, perché erano stati introdotti degli altri aspetti. Però sì chiaramente la cultura era quella di una metodologia progettuale dove si lavorava all'interno di un set di risposte che non veniva rimesso in discussione ogni volta.

P. L'ultima domanda relativa al suo modo di progettare. Quanto la nuova strumentazione digitale ha cambiato il suo approccio progettuale durante il periodo di transizione dall'analogico al computer?

S. Personalmente non ho mai utilizzato il computer per una sperimentazione pura. Mettendomi davanti alla macchina per vedere "cosa succede se", a differenza di alcuni designer che hanno sviluppato tutto un corpus di lavoro partendo proprio da sperimentazioni libere digitali, poi successivamente incorporate nel lavoro per i clienti. Nel mio caso no, un po' per cultura, sia perché mi sono formata comunque in una scuola figlia dell'International Style sia perché quando è arrivato il computer io ancora non realizzavo progetti miei, fatta eccezione per lavori piccolissimi e occasionali. Quindi c'era proprio un tempo da giustificare in qualche modo agli occhi dei titolari dello studio per arrivare ad una soluzione, cioè questa soluzione era condizionata da una serie di fattori e dovevi mostrarli. A questo fattore includi anche che, pur avendo avuto tanta fiducia dal punto di vista progettuale da parte di Fioravanti, io comunque lavoravo per i suoi clienti. Sebbene mi lasciasse abbastanza libera di fare delle proposte completamente mie, sapevo benissimo che se dovevamo andare al Teatro La Scala o alla Ricordi o all'Enciclopedia Treccani non potevo proporre idee radicalmente estranee e quindi finivo inevitabilmente di inserirmi in un determinato filone visivo. Quando poi ho iniziato a lavorare in proprio con i miei progetti ho avuto un pochino più di spazio in più per la sperimentazione, pur sempre legato a 'cosa devo fare per quel progetto', non era mai libera espressione dello sviluppo di ricerche visive radicali.

Note aggiuntive sull'archiviazione dei progetti digitali

Nel primo periodo degli anni Ottanta da te indagati io lavoravo per altri, io ero in G&R Associati quindi l'archivio era loro e non mio. Poi quando ho cominciato a lavorare in proprio era un periodo in cui c'è stato un continuo e veloce cambiamento dei supporti fisici per il digitale. Non variano velocemente solo gli strumenti, ma anche i software, perciò dagli anni Ottanta ai Novanta si sono alternati vari formati contribuendo a rendere difficile l'archiviazione dei lavori. In *primis* perché non sempre era facile fare una transizione da un formato all'altro, secondo in quei momenti pensi a curare un archivio per il futuro, soprattutto all'inizio della propria attività e l'ultima cosa che hai in mente è proprio l'archivio.
All'epoca non si faceva il pdf! Non era considerato! Usare il file pdf come formato di archiviazione è stato un passaggio successivo.

Gianni Sinni

progettista grafico
▶ Firenze
02.10.2019

P. Quello che è emerso da questa ricerca è questa forte dualità tra l'ambiente milanese, che resta molto conservatore, almeno in quelli che erano la generazione prima dei grafici che sto intervistando, e invece una costellazione di sperimentazione e innovazione. Cosa ne pensi?

S. Questo è anche il motivo per cui non si è conservato molto il materiale, perché era un momento di discussione aperto e sui cui c'erano posizioni e di idee molti molto, radicalmente diverse.
Il dibattito era anche molto elementare per il semplice motivo che non c'era consapevolezza piena di quello che stava accadendo, era una sperimentazione: spesso e volentieri provi, ma non sai dove andrai a parare! Anche con le esperienze di David Carson, con la Pacific Wave non erano degli indirizzi, o comunque non avevano una costruzione teorica particolare.... Poi è stata fatta e abbiamo compreso che cosa succedeva. Però allora, considerando anche il fatto che in quegli anni lì non esistevano scuole di design, quindi anche da punto di vista di ricerca non c'era una metodologia accademica da questo punto di vista... se si può fare, proviamo!

P. Gli americani comunque sono riusciti a vivere quel periodo e a lasciare per iscritto quello che stava succedendo e in Italia no, perché secondo lei?

S. *Emigre* è stata la prima rivista che ha cominciato anche a pubblicare allora dei testi che parlavano di quello che stava nascendo.

P. Come ti sei approcciato al mondo della grafica e come è nato lo studio?

S. Lo studio è nato con un'esperienza che potremmo definire tipica degli anni Settanta, che era quella dell'attivismo politico, tanto che LCD viene dall'acronimo che indicava una cooperativa culturale nata negli anni '70 nel Valdarno e che metteva assieme un po' tutti gli operatori della zona, quindi chi si occupava di incisione discografiche di musica, chi si occupava di grafica e arte, che aveva tutta una serie di iniziative rivolte alla diffusione della cultura a livello popolare. A livello popolare significa che uno dei progetti era quello di portare l'arte al popolo andando a vendere le cartelle di stampe d'arte la mattina alle 5 di fronte alle fabbriche. Anziché fare volantinaggio andavano a vendere queste cartelle, che erano opere d'arte di artisti mediamente famosi italiani all'epoca, stampate in proprio in serigrafia, xilografia ma con la caratteristica di essere vendute proprio agli operai. Il bello è che le compravano anche! Quindi da questa specie di coltura dell'attivismo di questo tipo, io, Franca e Chiara abbiamo iniziato a lavorare invece per quanto riguardava la parte della comunicazione e da questo è nato lo studio nel 1983. Eravamo inizialmente in 2, io e Franca, Chiara qualche anno dopo si è aggiunta. Ovviamente con una preparazione assolutamente non accademica, era una preparazione da autodidatti fondamentalmente. Franca ha fatto il liceo artistico, io invece sono laureato in storia medievale

P. Che tipo di clientela avevate?

S. Quando abbiamo iniziato erano fondamentalmente attività locali, progetti culturali, ma già dal primo anno abbiamo avuto occasione di fare un progetto interessante che era quello di iniziare con la rivista *Westuff* i primi anni, ma non mi ricordo esattamente... forse 1985. Lavorare con il gruppo con la redazione che era già formato e cercava dei grafici, perché avevano fatto un primo numero di un fanzine in autoproduzione e quindi abbiamo iniziato la collaborazione con la rivista *Westuff*, diventando il nucleo che si occupava della parte visiva. Quella è e stata un'esperienza abbastanza formativa e divertente, per il fatto che sia una rivista di grande formato, che si occupava di cultura visiva molto di ricerca, molto di frontiera ci ha permesso di sviluppare anche uno stile che fosse uno stile adatto per questo tipo di rivista che si staccava un po' da tutti quelli che erano i riferimenti del momento, che era fondamentalmente il punk. Quindi costruimmo una rivista rigorosa, griglia pulitissima per quanto allora si potesse fare con il taglia-incolla fisico, analogico. È stato una bella esperienza, anche perché è nata nel periodo in cui Firenze è stata un po' capitale culturale italiana per quattro anni, non di più, perché si era concentrata a Firenze tutta una serie di attività. La rivista infatti nasceva di contorno, di collegamento a Pitti Trend, che era la manifestazione di moda che veniva fatta a Firenze, dedicata alla moda trend, quindi giovane, molto innovativa. È andata avanti una decina d'anni prima di essere chiusa, ma nei primi anni Ottanta era il riferimento come *The Face* era per la moda inglese. Tutte le riviste erano nate di contorno ad un sistema di ricerca, una nuova estetica, un nuovo tipo di espressione personale attraverso la moda, l'abito. Tutti gli stilisti che partecipavano erano molto innovativi, per cui il tutto era componente di un sistema molto divertente e molto innovativo da questo punto di vista.

P. C'era uno stretto collegamento tra moda, cultura e musica?

S. Era esattamente un tutt'uno. Uno degli annessi del Pitti Trend erano poi le feste delle varie discoteche, nei club notturni etc. Il *night-clubbing* era una cosa strettamente connessa a tutto questo. Bruno Casini, uno dei redattori della rivista *Westuff*, era uno dei più importanti animatori della notte fiorentina. Tuttora continua a organizzare ed è anche prolifico autore di libri sugli anni Ottanta. Sulla rivista *Westuff* è stata svolta tutta una ricerca approfonditissima, pubblicata poi su questo volume della casa editrice Quod Libet, da Alessandra Acocella – la figlia di Alfonso Acocella – che due anni fa assieme a un'altra ricercatrice hanno portato avanti questa ricerca sull'arte e la moda a Firenze, in cui c'è tutto un capitolo dedicato a *Westuff*.

P. Quali sono stati gli strumenti che ha utilizzato nel lavoro prima di passare al computer?

S. Io all'inizio ero molto scettico sull'uso del computer perché non riuscivamo a ottenere la qualità che ci interessava. All'inizio una qualità professionale non riuscivi ad ottenerla e le prime volte che avevo avuto a che fare con il modello *Classic* ero frustrato dal fatto che si potevano usare solo quattro font, qualcosa del genere. Poi potevi fare pubblicazioni di sedici pagine, quindi bisognava farne tante suddivise. Queste le prima lezioni di PageMaker... per cui all'inizio le prove furono molto frustranti, per cui decidemmo che non era una cosa che ci interessava, perché era troppo amatoriale. Poi ovviamente, con l'evoluzione tecnologica, ci siamo accorti che alcune cose potevano essere fatte e diventare interessante, fosse solo anche per la parte di elaborazione test o e impaginazione [...] finché non abbiamo acquistato un bel *2FX Mac* che ci ha permesso di essere produttivi, acquistato probabilmente nei primi anni Novanta. Era appena uscito, per cui se si guarda quando è uscito, si capisce quando l'abbiamo acquistato. Ovviamente era il computer dello studio, quindi facevamo i turni per utilizzarlo: c'era un computer e chi avevamo bisogno, a turno lo utilizzava. Fuori orario, veniva invece utilizzato per giocare a Prince of Persia, durava un'ora!

P. Si ricorda qual è stato il primo modello che avete acquistato?

S. No, quello l'abbiamo utilizzato all'interno di una casa editrice ma non l'avevamo comprato. Il primo nostro è un 2FX.

P. Quali strumenti usavate precedentemente all'acquisto del computer?

S. Avevamo una reprocamera, tre quintali di reprocamera, per fare le riproduzioni. I testi venivamo fotocomposti, quindi c'era la strisciata dei testi e poi impaginati. [*mostra in*

video del materiale] Questa era l'impaginato di una rivista, di un numero: fotocopie, queste erano le strisciate delle composizioni, montate. La griglia su cui montare il tutto... facevi a mano, poi fotografavi con la retrocamera, le stampe qua su carta fotografica. C'erano vari passaggi, la stessa cosa la facevi più volte! Una volta fatto tutto, tenevi la cianografica, che era la prova di montaggio, su cui fare le correzioni... Questo è il progetto e questa la realizzazione.

P. Quindi esisteva due distinti passaggi, uno per le immagini e uno per il testo?

S. Erano più passaggi, poi dipendeva di volta in volta. Poi si sviluppava.

P. Vi appoggiavate anche voi a tipografie esterne?

S. Per la composizione, si chiamavano le fotocomposizioni. Da che ho memoria, nessuno aveva un macchinario per la fotocomposizione in studio, era molto più semplice far fare il testo alla composizione, dove potevi accedere ad una quindicina di caratteri, font diversi. Questa era un processo analogico, il precedente all'uso del computer. Una volta che abbiamo iniziato a utilizzare i programmi di impaginazione, questi hanno eliminato la parte della fotocomposizione. Quello che era un servizio di fornitura esterna, è diventata responsabilità del grafico. I ruoli si sono sommati. Prima mettevi delle indicazioni che altri dovevano seguire, questo è una delle recriminazioni che sentirai da chi ha fatto il grafico precedentemente. Si è dovuto iniziare a lavorare di più, ma il vantaggio di tutto questo è di fatto si potevano fare cose che prima non potevi fare. La distorsione la potevi già fare in fotocomposizione, quello che era complicatissimo era, per esempio, fare gli scontornamenti, le impaginazioni che si possono impaginare fuori dall'idea standard della griglia: spezzare la griglia è un elemento che ha potuto fare solo l'utilizzo dell'informatica personale.

P. Cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel campo del design?

S. L'apertura di un infinito campo di possibilità. Fra le varie categorie, sono sempre stato un tecno-ottimista. Non un tecnocrate, nel senso che non avevo le condizioni e le competenze per poterlo essere, ma sempre ottimista, mi ha sempre affascinato e coinvolto. Non è problema tecnologico, è stato un passaggio che ha fatto discutere, ha messo in discussione, ha cambiato radicalmente il modo di considerare il grafico. Non si chiamava grafico, ci chiamavamo designer della comunicazione. Perché da un certo punto di vista, grazie a Dio, ha eliminato l'idea anche dello stile personale. La grafica, fino all'avvento del computer per lo meno in Italia, non generalizziamo mai, è sempre stata molto legata all'autorialità, allo stile dell'illustrazione, allo stile del disegno. I grafici della generazione precedente erano anche illustratori. Invece, con l'utilizzo del computer, è nata anche una generazione di designer, in cui appunto più che lo stile e l'autorialità personale, è diventato importante usare gli strumenti del design della comunicazione: i font, la composizione, l'elaborazione fotografica e grafica. Tutto questo – aspetto da non generalizzare – ha fatto sì che dallo studio rappresentato dall'autore, da lì in poi sono nati studi che sono delle organizzazioni collettive, non c'è una persona che firma il poster. Nasce un progetto più di design. Anche se non è proprio il punto nodale, è determinante il fatto di passare da un'identità personale ad un'identità di team, lab, gruppo, come vogliamo definirla...

P. L'utilizzo del computer, come ha cambiato il tuto approccio al progetto o alla tua metodologia lavorativa, se l'ha cambiata?

S. È cambiato perché hai interiorizzato, portato all'interno della tua attività tutta una serie di parti, di sezioni di lavoro che prima erano esterne. Però l'ha cambiato in meglio, potevi fare più cose, più velocemente e cose diverse da quelle che saresti riuscito a fare con la metodologia tradizionale. Lo vedo e l'ho visto come un grande elemento di opportunità.

P. Che rapporto hai avuto con i primi caratteri tipografici digitali?

S. Nell'utilizzo nessun tipo di aspetto particolare, anche perché i primi caratteri digitali a disposizione erano gli stessi che avevi a disposizione con il fotolito, ti sto parlando della fine degli anni Ottamta, quindi prima che arrivassero tutti i caratteri digitali di *Emigre*, Hudson e da questo punto di vista aprissero anche a me la mente che si potessero utilizzare i caratteri come forma espressiva e che non erano solo il calice di cristallo, cosa che non avevo mai pensato. Inizialmente c'era già stato tutto, cioè con la tipografica mi sono sempre divertito, è sempre stato un elemento su cui ho lavorato. Però era un'esperienza molto legata o molto simile a quella che faceva *The Face*, in cui il disegno con il carattere a mano, disegnato a mano con la retrocamera ti permetteva di fare caratteri particolari, che non trovavi su Letraset o nelle fotocomposizioni e potevi costruire il tuo lettering. Però era un lettering! Disegnavi le lettere che ti servivano, il titolo che ti serviva che era già quella abbastanza particolare come tipo di attività. La rivoluzione vera e propria, anche da un punto di vista mentale, è stato quello di capire che tipografica poteva essere espressiva, potevi costruire i font. Quando abbiamo visto i primi lavori di Neville Brody, i *Dirty Faces*, fu un punto abbastanza impostante di riflessione e la prima conseguenza di questo è stata che ho cominciato a disegnare font. C'era già Fontographer, il programma, già a metà o nei primi anni del Novanta, adesso non mi ricordo... disegnavi delle font che erano perfette per NightWave, tutto quello che riguardava la comunicazione dei locali notturni. Abbiamo fatto progetti per Palamat, Impero... tanto che Branzaglia ci aveva invitato a presentare questi lavori a NightWave, da lì è nata la collaborazione con la rivista *Climax*, era tutto un mondo abbastanza collegato: moda, musica, cultura, night, club eccetera. In tutto questo la parte grafica voleva dire font, type desing...

P. Si può affermare che uno degli elementi che è stato maggiormente modificato con l'uso del computer è stata la tipografia rispetto all'uso dell'immagine, o entrambe?

S. La tipografia inizialmente è stata l'aspetto, secondo me, più rivoluzionario, l'immagine a seguire per motivi strettamente tecnici. La tipografia, essendo vettoriale, essendo facilmente digitalizzabile, è stato un elemento primo dell'applicazione e del decostruttivismo tipografico nato in quegli anni lì. Mentre nell'immagine c'erano limiti grossissimi dal punto di vista della capacità dei computer: non erano in grado di gestire immagini di dimensioni superiori. Un'immagine di 1 mega era già..., considera che il dischetto era 1.4 mega! È famoso il fatto che uno dei primi programmi vettoriali, che era Coral Draw, che aveva questa bellissima copertina con una mongolfiera colorata, con delle sfumature di colore. Ma quell'immagine lì della copertina del programma, il programma non riusciva a gestirla per cui avevano dovuto spezzarla in 2 o 4 parti. C'era anche chi lavorava con le immagini, ma era una cosa molto sperimentale in cui il risultato era necessariamente molto grezzo. Finché non è stato possibile ottenere almeno la stessa qualità, le immagini digitali di una certa qualità fino al 2005/6/7 non c'erano di buona qualità. Per esempio, noi abbiamo lavorato per molti anni facendo l'impaginazione dei nostri lavori, quindi creando i font eventualmente, tutta quella che è la griglia ma le immagini venivano messe dal fototipista.

P. Ci sono dei progetti che avete firmato come studio che ritieni possano raccontare bene l'avvento del digitale nella progettazione grafica?

S. Quello che posso raccontare del periodo sono una serie di esperimenti, per esempio *Tlön* è stata uno dei primi tentativi di fare una rivista online dedicata alla grafica, era il 1996. Considera nel 1994 potevamo solo fare pagine grigie su internet, nel 1996 era uscito Flash che permetteva di utilizzare grafica non vettoriale perché era bitmap e di portare la grafica dentro il web. Questo era molto innovativo. Considera che quando è apparso internet, l'unica cosa che potevi fare era una pagina grigia con un testo e, quando abbiamo iniziato noi, già potevamo mettere delle immagini, che però erano dei quadratini di immagini che potevi mettere con il testo intorno. Questa era la grande rivoluzione. E potevi fare dei pattern, grigio su grigio. Per cui, per esempio, il Web inizialmente era assolutamente snobbato da qualunque persona che si interessasse di grafica, però anche quello a suo tempo ci era sembrato un elemento di interesse, tanto che Franca mi aveva mandato a fare un corso per capire cos'era internet da quelli che sarebbero diventati poi DADAnet, che sono sempre fiorentini e con cui abbiamo collaborato per tutto il tempo che è esistita DADAnet. Quindi *Tlön* è stato il momento in cui abbiamo visto che si poteva fare grafica anche su internet e la prima idea che ci è venuta è stata quella di fare una rivista, in una maniera complicatissima, perché Flash doveva essere programmato e il periodico non poteva essere aggiornato rapidamente, però è stata una cosa sperimentale interessante. Ci sono stati tre numeri e poi eravamo già passati alla fase due: allora c'era questa cosa sulla tipografia espressiva, c'era tutto un dibattito anche sul web per quanto riguardava la funzionalità della pagine web, quindi la posizione rigida di un web che doveva essere fondamentalmente finalizzato al commercio e doveva essere normato come interfaccia, ricerca sull'usabilità l'accessibilità rispetto a situazioni che fossero più esperienziali, in cui la navigazione non era necessariamente una navigazione che ti portasse necessariamente in un posto attraverso il minor numero di click, una sorta di decostruttivismo del web. Mentre sulla prima versione avevano un indice di navigazione in basso, nella seconda avevamo sperimentato questa cosa di un accesso casuale ai contenuti.

Non ci sono tante cose, perché tante cose che avevamo su cd, il cd si è "destrutturato" e tante cose non sono accessibili, ci è rimasto un solo lettore cd in tutto lo studio.

P. Al progetto *Tlön* avete lavorato solo voi?

S. In redazione eravamo io, Franca e Carlo Branzaglia.

P. Ci sono altri progetti legati alla carta che sono invece figli dal punto di vista espressiva della sperimentazione grafica?

S. L'Emporio Armani è stata una parte in cui è iniziato il digitale, ma direi abbastanza tradizionale dal punto di vista dell'impaginato. [...] Tendenza di Siena, una discoteca di Siena. Quello è stato divertente. Quella non è editoria, è proprio elaborazione di immagini. L'identità era per esempio un font disegnato appositamente, in più tutta la parte di elaborazione delle immagini che era tutta digitale. Che è un po' lo stesso periodo e lo stesso tipo di elaborazione fatto con Climax.

P. Come è nata la tua collaborazione con *Climax*?

S. Con questa congiunzione astrale di sperimentazione tipografica, sperimentazione nel campo della moda, musica e tutto con la Notte, night club fiorentino e con Manfredini, ci siamo conosciuti lì a Rimini, a questa fiera che è andata avanti per qualche anno ed era una fiera di prodotti e servizi per le discoteche, Night Wave.

P. Anche nelle edizioni del 1996 e 1998...

S. La cosa divertente è che noi eravamo la parte culturale del convegno... era una fiera, c'erano tipo le cubiste, le macchine per il fumo. Quella era la fiera, calato dentro questa fiera c'era la parte culturale, molto legata alla parte video, alla parte visiva, in cui ci siamo trovati, incontrati e conosciuti. Io però questo di altri anni, non me lo ricordo. Secondo me ne è uscito uno solo. C'era una brochure, un programma...

P. Come funzionava la rivista *Climax*?

S. Prendiamola! Questo è l'ultimo che è stato fatto, questo è il numero 2 che, come il primo, era a 2 colori per risparmio

P. Qual era il principio di *Climax*?

S. Era una raccolta, mi sembra che fosse a tema, veniva affidata da una a più doppie pagine agli studi grafici o a progettisti individuali. Quattro pagine a disposizione su un tema, questo era sui sette peccati capitali. Siamo riusciti a pubblicare il secondo numero di Climax, credo che fosse autofinanziato, ovviamente. [Era pubblicata con Happy Books, casa editrice che è fallita] miseramente. Pubblicava libri di grafica, per questo è fallita!

M. Ti ricordi quanti numeri sono stati pubblicati?

S. Secondo me quattro, ma non ci giurerei. Per lo meno, questo è il quarto ed è l'ultimo che io mi ricordi. Infatti c'era stato il canto del cigno, che era passato dai due colori alla quadricromia. Questo è del 1998. Mi sembra proprio che sia il quarto.

P. Secondo te, questa rivista può essere paragonata da un certo punto si vista, all'esperienza di *Emigre*?

S. Da un punto di sperimentazione, sì. Da un punto di vista di riflessione sulla cosa, no. Questo è più una palestra di esercitazioni, anche molto interessante! Sicuramente tutti sconvolgenti per il mondo classico dei primi anni Novanta, molti bisogna capire se hanno continuato a fare i grafici. Sicuramente, ha rappresentato un modo di vedere la grafica molto innovativa per l'Italia: fino allora nessuno aveva preso in considerazione che questo tipo di lavori potesse essere considerato grafica.

P. Durante l'edizione del 1997 viene organizzata questa mostra che si chiama *Climax vs Apple*, dove venti progettisti, tra cui anche voi, ed era una mostra organizzata all'interno dell'edizione del 1997 per il ventesimo anniversario di Apple Italia...

S. Non mi ricordo niente. Potrebbe essere dove abbiamo presentato sei nostri font, ma è un vago sentore. Poteva essere che ci abbiamo messo dei font, ma non lo so. Sicuramente non ho niente rimasto di quelle cose lì.

P. Come ti è sembrato che reagisse il panorama della grafica italiana all'avvento del digitale?

S. In maniera molto contraddittoria, sicuramente. Come si diceva prima, c'è stato un elemento di contrasto non indifferente fra i tecno-ottimisti e gli scettici, che metteva a confronto fondamentalmente due punti di vista completamente diversi rispetto al progetto grafico: uno molto legato all'autorialità, a quella che è la tradizione e la comunicazione fino ad allora e un mondo di persone che ci confrontavano con questo nuovo strumento senza il fardello di una esperienza passata, con una mentalità più aperta. Noi eravamo allora forse più vecchi dei giovani. Siamo stati uno studio, un gruppo di lavoro che è passato, perché aveva già diversi anni di esperienza sul progetto tradizionale, con il progetto digitale. Jumbo, che era di qualche anno più giovane di me e anche i ragazzi che sono presenti in questi lavori, erano ovviamente anche molto più giovani. Questi erano ventenni, io ero un trentenne allora. Per questo dico, sicuramente questo confronto generazionale derivava dal fatto che, chi si approcciava al progetto iniziando subito con il computer, non era la generazione nativa digitale ma sicuramente aveva molte meno remore a intraprendere un percorso innovativo piuttosto che chi aveva già sulle spalle anni di esperienza con determinate modalità di lavoro, perché la metodologia ovviamente influisce poi sul risultato anche estetico. Quello è stato un periodo neanche di contrasto: in alcuni casi era proprio una discussione su chi potesse essere considerato un grafico o meno e che cosa di potesse considerare grafica o meno. Non mi ricordo in che anno, ma mi ricordo una discussione nella sede dell'Aiap di Milano fra chi sosteneva che il graphic design non è grafica. Quindi dovevi dibattere e questa era una tipica modalità di approccio, molto diffusa. Tu hai parlato con per esempio? Per esempio, lui è un classico sostenitore invece, ora fa tutto con il computer eccetera, però l'ha sempre usato in maniera strumentale: lui ha sempre fatto i manifesti disegnando non impaginando. [...] Lui potrebbe essere utile per darti l'idea, invece di un punto di vista, non dico della generazione prima, ma lui è sempre stato improntato a quel tipo di approccio, di metodo. Quindi il computer per lui è stato qualcosa che si è sovrapposto a quello che già faceva, non è stato lo strumento di inizio per la progettazione. Lui potrebbe essere una persona interessante. [..] Secondo me, anche chi sosteneva che il computer graphic non era grafica, secondo me ora o l'ha rimosso. Però il dibattito era a questo livello qua. Tempo fa l'avevo anche ricercato nei quaderni AIAP, per vedere se rimaneva traccia di questo dibattito a cui avevo partecipato e non ho trovato niente. [...] Tanto che mi ricordo, io sono stato invitato invece ad una assemblea Aiap a parlare in qualità di rappresentate di questa generazione "misteriosa", con un titolo che era tipo "la grafica e la new economy" e questo sarà stato il 2000-2001, quindi già molto tempo dopo queste esperienze qua. All'Aiap questa parte è stata introdotta, collegata con l'idea che la new economy fosse un qualche cosa che bene o male, creando valore, legittimasse in qualche maniera poi dei progetti come web design. Anche il web design è sempre stato considerato un sottoprodotto del quale ci occupiamo, ma anche meglio di no. Per certi punti di vista, anche comprensibilmente perché, come detto all'inizio, era una cosa su cui il grafico aveva poco da poter sviluppare. Di questo convegno c'è sul sito dell'Aiap il nome e il fatto che esiste, che c'è stato. Quello che era a Pavia, mi sembra. Quelli erano i progetti che sviluppavamo allora con DADA, progetti legati appunto al web. DADA non è uno studio, è un gruppo di architetti che furono i primi a portare un nodo internet a Firenze. Fino ad allora c'erano solo due nodi in Italia: a Roma e a Milano, quindi ti dovevi collegare in interurbana con il modem a questi due numeri di telefono. Invece con Firenze fu un riequilibrio fuori da Roma e Milano. Poi venne dato ad una società quotata in borsa, importanti web agency...

P. Secondo te, i progettisti grafici italiani erano consapevoli del dibattito internazionale che si stava tenendo prima a metà degli anni Ottanta e poi successivamente a metà degli anni Novanta?

S. Sì, direi di sì. Generalmente sì, considerando comunque che le cose arrivavano con un certo ritardo perché, non essendo ci internet tu, quando andavi a Londra, andavi a Milano, in qualche libreria trovavi pubblicazioni e riviste sulla grafica della Pacific Wave, ti informavi... Direi che sì, generalmente sì, non so con che a che livello di approfondimento, ma cosa succedeva nel mondo sì. La mostra di Camuffo a Venezia sulla Pacific Wave del 1986 è stato un bel... mi ricordo quando sono andato a vederla, sapevo che esisteva che quindi avevo già visto i lavori, ma vederla in Italia è stato un'esperienza.

P. Ti ricordi di altre mostre che hanno portato in Italia in quegli anni le esperienze straniere?

S. Quella è stata un'iniziativa, magari Andrea te la racconta nel dettaglio, dove c'era Stefano Rovai e Andrea Rauch che lavoravano assieme in uno studio, una formula anche di promozione della loro attività, poi c'era Neville Brody, Grapus che erano tutti amici di Rauch. Escluso Neville Brody, gli altri c'erano già per quello che riguardava la pubblica utilità. Perché Andrea è quello che è sempre stato molto

attento a queste cose, pur non condividendo intimamente. E comunque questa era un po' la differenziazione che c'era. Non ci ho mai pensato, ma forse anche questa differenza tra l'estetica digitale che nasceva appunto dalla destrutturazione, aveva forse un contrappasso politico: la grafica di pubblica utilità bene o male era legato ad un aspetto di pulizia e di comunicazione dell'informazione, per cui questo veniva visto sempre come un qualcosa che non potesse essere poi politicamente corretto. Infatti Neville Brody è qui dal mondo della moda, del clubbing, tipografia... che sono poi le accuse che sono state fatte a Jonathan Banbroke in Inghilterra, cioè occuparsi di politica, di sociale ma più di politica, con un'estetica veramente diversa da quella che normalmente associ.

P. Si può dire che i nuovi linguaggi espressivi che si sono sviluppati in quegli anni ripercorrevano la cultura e meno le aziende, come clientela?

S. Come succede spesso, sì. La sperimentazione è più legata... non a caso *Climax* era una rivista che parlava di niente, parlava di se stessa, assolutamente autoreferenziale. Non mi viene in mente un grande progetto, da questo punto di vista.

P. Perché c'è stato pochissimo dibattito in Italia sull'avvento del digitale? Quali sono stati i fattori che hanno contribuito alla frammentarietà del dibattito?

S. Bisogna mettersi nell'ottica di quelli che erano gli strumenti di dibattito di quel periodo, che non sono quelli di oggi: non esisteva, per esempio, nessun corso di laurea all'università, quindi non c'era alcuna accademia o un punto di ricerca che poteva analizzare in una forma scientifica le cose. Quindi il dibattito fondamentalmente erano gli articoli su *Linea Grafica*, in Italia. Quello di AIAP, lasciamo perdere! Fondamentalmente gli articoli pubblicati su Linea Grafica erano poi l'elemento in cui venivano raccontati storie, evoluzioni della grafica. La rivista *Progetto Grafico* non c'era... quindi gli strumenti con cui potevi anche diffondere idee informazioni, riflessioni erano le riviste da una parte e i libri dall'altra, che non sono tanti. Ovviamente questo limita anche fortemente le possibilità di confronto. Considera che il confronto poi su questo tema qui, gli unici confronti che ricordo io, erano le assemblee nazionali dell'Aiap, che erano fortemente improntate a un ideologismo molto radicale.

P. Si può parlare di grafica New Wave anche in Italia?

S. Per me è più un titolo dato che un effettiva, però è vero che anche in Italia c'è stato un movimento di ricerca e sperimentazione, che poi ha dato origine forse più che le persone che sono presenti in queste sperimentazioni alla grafica italiana di oggi, che penso abbia bene o male attinto a quella che è stata [*sic*] i suggerimenti sperimentali. Ma è giusto che sia così, come sempre succede storicamente: ci sono delle ondate, da cui però nasce... dobbiamo sempre contestualizzarla nel periodo. [...] La sperimentazione, essendo provocatoria, continua a dare degli stimoli interessanti tuttora. Per cui una New Wave sì, c'è stata non nel senso di individuare esattamente gli studi che hanno portato avanti il percorso in una maniera coerente, però tante esperienze che hanno formato una serie di professionalità. Prima non c'erano tutti gli studi che sono nati, al momento che si sono aperte tutte le varie facoltà di design in Italia hanno dato un contributo interessante e normativo.

P. Ci sono stati altri progettisti italiani che hanno contribuito allo sdoganamento del digitale in Italia?

S. Tanti, tutti quelli che hanno lavorato a partire dalla fine degli anni Novanta e Duemila hanno contribuito al digitale. Ad un certo punto non si parlava più del digitale: mentre inizialmente c'è stato un grosso dibattito su ciò che potesse essere considerato grafica o no, il dibattito è finito semplicemente per il fatto che è finita la discussione. Tutto è diventato digitale, per cui controbattere, mettere in dubbio il digitale significa mettere in dubbio tutto quello che fai, tutte le cose. Non è che il digitale era un punto di riferimento per chi lavorava professionalmente ai primi del 2000: il digitale era la professione. Semplicemente è scomparso tutto quello che non era digitale, compresa la discussione analogica. La discussione si è esaurita per l'esaurirsi del tema del contendere, non ce n'era più uno! Non c'è uno studio o degli studi che hanno portato avanti, tutto si è trasformato e tutti hanno fatto questo passaggio. Gli studi più interessanti che sono emersi sono studi che hanno fatto tesoro di queta esperienza. Se guardi lo studio FM, non hanno fatto lavori analogici ma non è che lo metterei un uno studio che ha fatto digitale: ha fatto grafica, ha fatto design. È emersa quella che è la grande lezione della comunicazione: la tecnica serve fino ad un certo punto, poi servono le idee e le idee vanno bene sia nell'analogico che nel digitale, mentre secondo me l'errore del dibattito della fine degli anni Ottanta era considerare il digitale uno strumento, che ovviamente non è. Possiamo definirlo metamedium, quello che vogliamo, ma è qualcosa di completamente diverso dagli strumenti. Quel testo divertente di Munari sulla paura del progettista di essere sfrattato dall'arte dal computer. All'inizio erano questi oggetti tridimensionali fatti al computer, dove il massimo dell'attività era riuscire a fare un riflesso o un'ombra agli oggetti, una cosa molto informatica. Quello e stato un motivo di confusione anche terminologica. C'è un pezzettino di testo di Munari, un pezzo degli anni Sessanta, dove lui parla del terrore degli artisti – penso si riferisca agli artisti non ai designer – parla della paura degli artisti forse italiani nel confrontarsi con la tecnologia e di questa cosa che con l'arte del computer possa un giorno soppiantare quella umana, è un tipo di riferimento molto attinente al mondo della grafica.

P. Ti sei occupato di grafica in movimento dal 2000 in poi. Quanto sei stato influenzato dalla videografica pioneristica di Convertino?

S. Molto, nel senso che Convertino è stato un po' il David Carlson per la tipografia: mi ha mostrato che anche la televisione poteva essere un campo di applicazione del design. Fino ad allora c'erano delle limitazioni fortissime nel poter produrre grafiche animate: con i primi del 2000 le possibilità di realizzazioni professionali della grafica animata sono diventate alla portata di tutti. Noi abbiamo iniziato a lavorare con Mediaset nel 2001 proprio grazie a questa cosa qua: fino ad un paio di anni prima erano necessarie delle wall station che costavano centinaia di milioni di lire. Nel 2001, quando abbiamo iniziato, si poteva fare con un Mac, il top di gamma però assolutamente accessibile. Come a suo tempo per la tipografia digitale, questa ci è sembrata una possibilità su cui sperimentare, perché l'animazione era un motivo di attrazione per il progetto che sentivi limitato. Convertino, che ovviamente non usava il Mac, usando una serie di attrezzatura in modo innovativo, però aveva dimostrato... ed era, la cosa interessante, un livello diverso, quindi erano progetti grafici che ovviamente si discostavano da tutta quella che era la tradizione della motion graphics cinematografica, quindi legata al disegno. Anche quello è stato un punto di comprensione che anche quello era un territorio dove la grafica poteva dire la sua. Così per il web: sono tutte cose che la tecnologia ha permesso di affrontare. Per questo sono tecno-ottimista, perché altrimenti solo per motivi tecnici non a avresti potuto affrontare il progetto dell'animazione, del web, dell'interazione.

Paolo Tassinari

progettista grafico
▶ Trieste
28.08.2019

P. Come o se è cambiato il tuo lavoro nello studio Tassinari/Vetta grazie all'avvento del computer? O meglio, quando avete iniziato a lavorare, ricordo a metà degli anni Settanta, primi Ottanta, quali erano le tecnologie e gli strumenti che usavate quando avete avviato lo studio?

T. Il computer ha reso desueto l'arredamento dello studio, i tavoli che avevamo disegnato non avevano più le dimensioni adatte per lavorare con gli strumenti. Questo era già successo agli inizi degli anni Novanta quando avevamo i tavoli con le dimensioni dei fogli dei disegni e dei parallelografi e poi appunto questi tavoli si sono dovuti adattare a tenere dei computer con i primi monitor e tubo cattolico giganteschi. La seconda volta è successa nei primi anni 2000 quando ci siamo trasferiti e abbiamo attrezzato uno studio nuovo in cui, dato che lavoravamo maggiormente con l'editoria, avevo espressamente richiesto che ci fosse un tavolo grande luminoso per guardare le diapositive perché mi ero stancato di girare con le cassette dai visori da tavolo. Quindi abbiamo fatto questo tavolo luminoso che alla fine è stato usato, credo due volte, perché dopodiché tutte le immagini incominciavano a viaggiare in digitale. Prima lavoravamo con tira linee, cartoncino da disegno pregiatissimi, pyrograph, china, qualche volta la tempera per le campiture e montaggi parziali e in questo senso il primo effetto in funzione del computer è stata la possibilità di vedere il lavoro finito perché prima non eravamo abituati, prima non si vedeva completo, ma con colori approssimativi e così via. Era separata la bozza da quella dell'esecutivo non nella misura della litografia in cui c'è un'opera che viene riprodotta in mano da qualcun'altro, ma diciamo in una maniera abbastanza vicina a questo. Si disegnavano i vari pezzi, si facevano le scritte con i trasferibili poi di solito si faceva un montaggio, una bozza di montaggio usando la fotocopiatrice e poi si consegnavano i pezzi al montaggista in tipografia, per pezzi intendo i bozzetti cioè i cartoncini disegnati. Dopodiché il montaggista ricomponeva tutto quanto, naturalmente il tutto con una quantità di lavoro e di tempo che ormai oggi è impensabile. Adesso parlo di cose già note ed espresse con maggiore profondità però dal punto di vista economico, la produzione è un passaggio chiave nell'introduzione del computer che è la riunione delle due fasi ovvero quella di presentazione e produzione del progetto, si tratta di un file che viene presentato ed è già pronto per andare in stampa, in esecuzione. Ciò ha comportato la sparizione di figure professionali tipo i montaggisti che sono spariti nei giri di pochi anni. Della serie di lavori che spariscono, conservo uno screenshot di un comunicato del comitato di redazione della stampa digitale che lamentava e protestava vivacemente la soppressione della figura del correttore di bozza ed è abbastanza significativa sia perché è un po' patetico sia perché la stampa online è sempre vergognosa e sia perché è una battaglia, per quanto giusta in relazione al valore della scrittura e del rispetto del lettore, di retroguardia. Detto questo noi lavoravamo con tira linee, cartoncino, lametta per cancellare e così via. La fotocopiatrice era un mezzo di lavoro molto usato solo per il fine di presentazione, non abbiamo mai sfruttato l'estetica della fotocopiatrice e altri mondi paralleli così come quando hai nominato Mario Convertino anche perché con lui parliamo dei primi anni Ottanta.

P. Avete mai utilizzato la fotocomposizione direttamente in studio? Oppure vi affidavate alle tipografie esterne?

T. Lavoravamo con le tipografie esterne, in studio non avevamo i computer, di fatto, quello che facevamo era trasferibile, non abbiamo mai usato professionalmente la composizione a mano. Quindi trasferibili e fotocomposizione prevalentemente però le tipografie che svolgevano più lavoro di quantità che di qualità nel senso che il font lo componevano a metro e facevano bozze di libri, non avevano i caratteri parliamo proprio di basso livello. Anche in tipografia la disponibilità di caratteri era molto limitata perché lavoravamo in un mercato, per quanto abbastanza importante come quello dell'editoria, abbastanza marginale.

P. Ti ricordi in che anno avete acquistato il primo computer per lo studio Tassinari/Vetta?

T. Credo fosse il 1990 o il 1991, in realtà è più complicato perché noi abbiamo iniziato ad avvicinarci al Macintosh nel 1985 quando c'era stata una mostra a Venezia. Toni De Marchi, giornalista veneziano, che aveva messo in piedi un locale a Mestre che si chiama Videone (min.19.33) nell'83 o '84, che nell'85 ha acquistato un Macintosh e l'aveva depositato su quest'altare. Noi abbiamo lavorato per un paio di anni con i computer, uno veniva usato per contabilità, tra l'altro mi ricordo di avere visto un Atari in uno studio di architetti in Olanda nel 1986, uno studio molto grande. Siamo andati avanti per un paio di anni con gli Atari e poi abbiamo messo due Macintosh, uno col monitor a colori che costava come un'automobile e uno con uno schermo verticale in bianco e nero, mi pare fosse il 1991, non prestissimo rispetto all'uscita del Mac anche perché aveva dei costi enormi. Il primo monitor era 19 pollici e credo costasse 12 milioni, delle cifre pazzesche. Quando abbiamo preso i computer, naturalmente dovevamo comprare i font, così alla fine abbiamo realizzato che in termini economici ci conveniva comprare un pacchetto con un metro di dischetti, circa 10 milioni di euro. Alcune font erano di qualità, altre, frutto di prime digitalizzazioni quindi abbastanza zoppicanti. Questo introduce il secondo grande tema dell'uso e la disponibilità dei caratteri e dato che prima parlavamo della fotocomposizione, qui a Trieste si era creata una situazione interessante. C'era un'agenzia di pubblicità che lavorava per le generali e quella che produceva i bilanci che si chiamava De Dolcetti e loro per primi hanno iniziato ad installare dei Macintosh usandoli proprio per fare fotocomposizione con caratteri importanti, non a caso andavamo da loro perché avevano il Bodoni e così via, attraverso loro accedevamo ad una grande quantità di caratteri.

P. Quindi tramite loro potevate accedere ad una quantità di caratteri senza il bisogno di spostarvi a Milano?

T. Noi lavoravamo abbastanza su Milano pero più in termini editoriali e quello che mancava era l'aspetto e la possibilità di accedere a una fotocomposizione come anche a una libreria di caratteri di alta qualità. Nel 1985 siamo stati a New York da Massimo Vignelli a lavorare per una serie di mostre che la città di Trieste organizzava a Parigi, a quei tempi a Parigi dedicavano delle manifestazioni a delle varie città italiane. Mi ricordo di Napoli e Trieste, avevano fatto una mostra a Pompidou, al Museo della Pubblicità e alla Tour Eiffel. Vignelli era stato incaricato all'art direction, la mostra si svolgeva per l'appunto a Trieste, Milano dove c'era Electa la casa editrice, Parigi e New York. Siamo partiti in missione, per cinque giorni credo, e lì abbiamo conosciuto Vignelli, una persona squisita e gentile. Alla fine ha deciso che il logotipo, l'emblema di tutto doveva essere una T in Didot e quindi dopo un paio di giorni di ragionamenti ha telefonato alla fotocomposizione e ha ordinato una T e il giorno dopo hanno consegnato in studio una T patinata di corpo adeguato. Siamo tornati in Italia con una quantità di schizzi, impaginati e layout disegnati a mano e questa T di fotocomposizione. Ecco, queste esperienze qua in Italia mancavano.

P. Dopo aver acquistato il computer cosa ha significato per te l'avvento del digitale nel campo del graphic design? Come hai vissuto questo passaggio dall'analogico al digitale?

T. Difficile dare una valutazione in termini di estetica nel senso che soprattutto all'inizio diventava un po' un allenamento della mano, poi si è evoluto. Sicuramente uno strumento che ti permetteva di avere un controllo sul

risultato in prima persona rispetto a prima quando si doveva andare a spiegare il lavoro ad altri e in molte situazioni lo si chiudeva autonomamente. Sicuramente c'è una parte di progettualità dell'estetica, ci sono anche altri convenienti come la componente legata alla produzione del lavoro e c'è una componente di condivisione, della trasmissione. Mi è più facile parlare di quando non c'era che di quando c'era, adesso la condivisione a distanza è talmente naturale che il lavoro senza sembra impossibile. Ad esempio, dell'esperienza nel 1985 non c'era il fax quindi la spedizione avveniva a mano con tuti i mezzi possibili. Mi ricordo che una vola sono andata a consegnare una busta al pilota, sulla pista di decollo, che andava a Milano, ormai oggi questi discorsi sono totalmente inconcepibili.

P. Quando sono arrivati i computer in studio i cambiamenti nella fase di produzione del lavoro sono stati repentini o di adattamento?

T. In qualche maniera faccio coincidere l'utilizzo del computer con una fase di lavoro per cui probabilmente ci sono due fattori che si sono quasi incrociati e che tutto sommato hanno una rilevanza. Nel 1995 abbiamo incominciato a lavorare ad un progetto di Casabella e qua eravamo stati interpellati senza che fossero chiare le condizioni di lavoro, non avevamo una buona idea di cosa eravamo ritenuti a fare, né il come o il dove. Comunque sia essendo molto felice di farlo, abbiamo proposto l'idea di una rivista prodotta in digitale, considera che fino ad un mese prima incollavamo patinate. Pensavamo di volerla immaginare mese dopo mese, di fare quindi un lavoro materiale e pensavamo di volerlo fare in studio perché non volevamo trasferirci a Milano per questo progetto, per poi fare la parte di un collaboratore a una casa editrice. Quindi abbiamo proposto il digitale perché reputavamo questo il futuro e che così si sarebbero fatte le riviste. Così abbiamo presentato il progetto, hanno accettato e abbiamo incominciato a lavorare sulla rivista, quindi avevamo già un po' di maturità, ma eravamo anche molto spericolati perché ci siamo inventati noi il "come fare le cose". Questo è stato un passaggio, avevamo qualche anno di esperienza sulla tecnologia e poi con uno scatto di pochi anni le cose incominciano a coincidere.

P. Quindi è stato soprattutto con la progettazione della rivista *Casabella* che avete iniziato a incrementare il lavoro utilizzando la strumentazione digitale?

T. Sì, *Casabella* è stata l'occasione per trasferire completamente tutto il nostro lavoro sul computer. In realtà facevamo già dei manifesti sul computer, ad esempio un manifesto per il teatro Contatto di Udine, non ricordo che anno, ma era stato il primo manifesto prodotto al computer, non è particolarmente bello. In realtà lo usavamo già il computer, ma ecco con *Casabella* abbiamo preso in carico un lavoro con l'utilizzo di una strumentazione digitale per la prima volta.

P. Prima mi raccontavi del rapporto che avete avuto con la fotocomposizione un po' complesso, cosa è accaduto invece quando siete passati alla tipografia digitale?

T. È più un rapporto con la tipografia in generale più che con quella digitale, cioè al di là della produzione, il rapporto con il digitale prosegue i ragionamenti dei rapporti precedenti e non ci siamo mai occupati di tipografia classica, per così dire, delle belle lettere. Noi lavoravamo nel mondo dell'avanguardia, lì è iniziato tutto per noi quindi, naturalmente conosci la tipografia del Seicento, Settecento e Ottocento, però il nostro focus non era quello anche per questioni geografiche o di interessi personali. Si parla soprattutto di questioni geografiche, perché il mondo dell'avanguardia, ovvero il futurismo e in parte il costruttivismo tra l'Italia e lugoslavia, l'Italia e la Slovenia e il centro Europa, qui ha avuto un incrocio. Quindi, anche per la tradizione, Trieste era un luogo di tipografie, in realtà soprattutto di litografie che lavoravano molto per il mercato del medio Oriente, per esempio per la produzione di cartine e sigarette Cambissa, Modiano, queste molto grandi che erano coinvolte, luoghi dove in qualche maniera si vedevano questi lavori. La mostra del 1984 a Gorizia, fatta da noi, intitolata Frontiere d'avanguardia, è stata un'occasione di approfondimento dedicata sostanzialmente al futurismo, ma ai futuristi locali. È stato uno di quei momenti che uno si ricorda come fondanti, un momento in cui si allineano alcuni pensieri.

P. Con l'avvento del digitale è stata mutata la vostra metodologia progettuale?

T. Il grande tema, uno disegna prima a mano, prima si schizza e poi si riproduce, si ricostruisce e si ridisegna al computer, non ci sono approcci personali, sono questi i metodi che hanno un senso a livello generale anni fa. Ci sono quelli che facevano lo schizzo, poi la scansione e poi ricostruivano, ma no, a me personalmente non convince.

P. L'uso del computer e della strumentazione digitale credo che all'inizio fosse impegnativo un po' per tutti, ritieni che nel vostro caso abbia apportato dei cambiamenti sostanziali dal punto di vista dei linguaggi visivi?

T. Credo che abbia potenziato qualsiasi aspetto del nostro lavoro, credo di essere sopravvissuto al passato e questa è una cosa poco scontata e penso di averlo vissuto in un momento della vita abbastanza avanti, ma non tanto da non poterlo sopportare. Quindi non ci siamo messi a progettare improvvisamente su Photoshop, piuttosto abbiamo cercato di usare lo strumento in linea con quello che stavamo già facendo.

P. Oltre alle avanguardie storiche siete stati influenzati dal lavoro di altri progettisti contemporanei attivi nello scenario internazionale?

T. Allora, cosa guardavamo in quegli anni... tutto quello che arrivava che, paradossalmente, non era tantissimo. April Greiman sicuramente, mi ricorda ancora della mostra a Palazzo Fortuny e ogni volta che la vedo si lamenta del fatto che Camuffo non l'abbia pagata. Le possibilità di informarsi adeguatamente negli anni Ottanta e Novanta sulla contemporaneità non erano tante. La diffusione della letteratura di settore è venuta dopo, quindi guardavi soltanto ciò che arrivava qui con grande difficoltà. Ovviamente avevamo tutti i libri di Neville Brody, ma contemporaneamente guardavamo anche Massimo Vignelli con cui avevamo avuto dei contatti lavorativi.

P. Avevate la possibilità di acquistare riviste internazionali come *Emigre* o *Octavo* o *Eye magazine*?

T. Sì, in genere per questioni personali le biblioteche erano private più che condivise, mentre le riviste giravano e girano tutt'ora tra studi. Acquistavamo qualsiasi rivista che si fosse d'ispirazione da quelle HQ aziendali alle riviste più specifiche di settore, come *Octavo* ed *Emigre*.

P. Come vi siete posti sulle riflessioni nate all'interno di quelle riviste? Per esempio all'interno di *Emigre* era presente la riflessione sul cambiamento della grafica, voi vi sentivate protagonisti o spettatori?

T. Noi siamo stati protagonisti perché ho sempre vissuto come protagonista, ti parlo di attitudine personale più che professionale, ma anche quando ho concepito lo studio, credo che fosse abbastanza comune in quegli anni. Ci sono stati Giogrio Camuffo, lo studio Tapiro... ecco, rispondendo al tema che hai sollevato all'inizio del perché non c'è una storia in quegli anni, si tratta di un momento di buco, di passaggio generazionale, istituzionale molto forte. Certo, la mia testimonianza è un po' falsata dalla mia esperienza, dal fatto che sia personale, ma credo ci sia una base oggettiva abbastanza solida. Noi conoscevamo il lavoro dei grandi grafici e disegnatori di caratteri italiani, prima mi chiedevi se avessi conosciuto Aldo Novarese, si, ho visitato il suo archivio di specimen, però non abbiamo condiviso il lavoro con loro. Non faccio parte di quella generazione che condivideva alla pari con loro, né di quelli che erano stati gli allievi di AG Fronzoni. Paradossalmente ho quasi condiviso il lavoro in vicinanza con architetti. Di questo bisogna parlarne con Giorgio, ma credo che per noi sia stato normale pensare di mettere in piedi uno studio lavorando e inventandoci il nostro mestiere, eravamo tutti auto-didatti. Poi si collabora, si ci incontra e quindi eravamo assolutamente protagonisti, abbiamo avuto opportunità di lavoro interessanti, soprattutto a Venezia. Dicevo però tutto questo si è poi collocato in un momento di buco in cui magari il resto del mondo andava avanti, anche nella formazione perché alla fine, al di là dell'ISIA, le facoltà del design sono nate nel Duemila, quindi c'è un buco totale. I maestri italiani, i giganti, in quegli anni, stavano ormai scomparendo, posso dire di avere lavorato a fianco di Massimo Vignelli, ma secondo me la storia da scrivere su questo periodo è quella di una storia vernacolare, una storia minore, una storia di un vuoto. Probabilmente questo è tutto enfatizzato dalla mia storia personale, ma paradossalmente, in dieci anni è cambiato molto, nel 2010 le nuove generazioni uscite dalla scuola avevano un'altra consapevolezza, aggiungiamo poi l'Erasmus che ha ulteriormente fornito una consapevolezza maggiore. Sono stati anni bui.

P. Un altro aspetto interessante di questi anni è il gap linguistico di molti progettisti, molti non parlavano inglese.

T. Non è il nostro caso, lo dico con tanta foga perché in realtà è ancora così, c'è una generazione bocciata di persone che non sanno l'inglese. Io non risento che ci sono delle generazioni successive che sono totalmente prive di capacità, quelle successive ancora invece sono completamente al loro agio, sono trilingui. Paradossalmente trovo ancora dei

colleghi, non anziani, che esitano di fronte alla lingua.

P. Ritornando a un argomento accennato in una delle precedenti domande è emerso che hai visitato la mostra *Pacific Wave* a Palazzo Fortuny nel 1986, che cosa ti è sembrata?

T. Sì, mi pare di avere frequentato pure il workshop, se non ricordo male. Non riesco a dare un giudizio, io ero abituato ad avere il confronto con l'estero, magari non nello specifico della grafica, però Paolo aveva lavorato nel 1976, credo, con la Biennale di Venezia, quindi della mostra a Palazzo Fortuny non ci aveva lasciato così stupefatti. Non avevamo forse una conoscenza specifica, ma per noi non è stata la porta che si è aperta.

P. Secondo te i progettisti grafici italiani erano consapevoli del dibattito estero di quegli anni? Voi avevate un bacino di influenza estera rispetto anche ad altri ambiti, ma secondo te confrontandoti anche con altri colleghi, cosa si pensava a riguardo?

T. Mi verrebbe da dire un confronto limitato. In realtà scavando non è proprio così, ma non avevamo sicuramente contatti diretti, comunque partecipavamo alle mostre molte sull'Est. Nel 1991 siamo stati invitati a fare una mostra a Tallinn e poi, pochi anni fa, ho scoperto che pochi mesi dopo, c'era stato Michelle Buvè invitato. Quindi diciamo che in quel momento i concorsi e le mostre erano un luogo di scambio, Zagabria, gli incontri dell'Association Typographique Internationale (ATypI) erano effettivamente dei momenti di scambio, ovviamente superati nella diffusione e nella conoscenza digitale. I contatti diretti, più profondi sono cominciati ad arrivare successivamente, fine anni Novanta tramite qualche conoscenza, l'edizione di ATypI del 2002 tenutosi a Roma, AGI, il vero luogo di contatto è stato l'Alliance Pacific.

P. Ci sono dei progetti firmati da voi in quegli anni che raccontano bene l'avvento del digitale o meglio un lavoro che definisce il vostro approccio col computer?

T. Sì, ci sono dei manifesti soprattutto, soprattutto alcuni di Pierpaolo. Forse una piccola serie di manifesti fatti per l'Università Iuav, queste sono le cose che a caldo mi vengono in mente.

P. Quindi come artefatto diciamo che il manifesto è quello che era più confacente per il digitale?

T. Sì, una volta che inizi ad usarlo lo usi su tutto, i lavori più significativi di quegli anni sono sati appunto manifesti e successivamente produzioni editoriali.

P. Quali sono stati gli artefatti comunicativi che sono stati più coinvolti dal digitale?

T. Non ho memoria di un momento in cui deliberatamente si facesse qualcosa a mano e qualcosa in digitale, ovviamente cominci solo ad usarlo quindi la domanda è più: che cosa facevamo in quegli anni? Allora, fino al 1985-86 non c'è niente di digitale, dopo il 1990 ci sono soprattutto alcuni manifesti, ciò che succede tra il 1985 e il 1992 bisogno di andare un po' a cercare. Qui facevamo le illustrazioni per le copertine oscar Mondadori, ne abbiamo fatte una quarantina. Per parecchi anni abbiamo lavorato per Teatro Contatto di Udine, diciamo che il passaggio è successo dagli anni Novanta, quindi dal 1991-92 in poi. I manifesti per lo l'università Iuav erano per le conferenze, un periodo in cui lavoravamo parecchio, c'era il manifesto per Philip Johnson, un altro per una conferenza di Erik Spiekermann. Noi il Mac l'abbiamo comprato nel 1991 perché ci siamo spostati nello studio nuovo nel 1990 con tutti i bei tavoli che come ti dicevo non abbiamo usato, però, mi ricordo, come ti dicevo, di avere visto usare i computer in Olanda nel 1985-86 e qui lavoravamo con gli Atari quanto per disegnare che per scrivere le lettere.

P. Credi che l'utilizzo tardivo del computer in Italia sia legato alla questione economica, ai costi elevati?

T. Così a memoria, il set di caratteri cioè l'offerta speciale di Alfa era costato all'incirca 10 milioni, però non sono sicuro, non posso darti la certezza, ma secondo me c'erano altre ragioni cioè c'era il mondo della produzione che aveva fatto degli investimenti enormi che ha visto svanire nel momento in cui è entrato il computer. Ad esempio qui c'era un fotolito che aveva installato un sistema che costava un miliardo e lui faceva il lavoro di fotoritocco che, a quei tempi, costava mezzo milione all'ora. Per cui, quando si è scoperto che con un Mac si riusciva a fare tutto, questi lavori si sono abbattuti. Per un periodo abbiamo lavorato per i supermercati e mi ricordo che avevamo trovato un fotolitista che aveva installato uno dei primi scanner, leggeri, ma buoni, un sistema Mac mettendo su una macchina da guerra per cui era sicuramente competitivo tant'è che poi abbiamo usato questo sistema. Comunque, si, si parla come ti dicevo prima di un'automobile, quindi si capiscono le spese che si affrontavamo e le possibilità di accedere ai finanziamenti. Prima del 1995, prima della rivista *Casabella* ho fatto l'art direction o la consulenza per una rivista sul tema di arredamento che, confesso ho fatto perché sapevamo che sarebbe arrivato il lavoro di *Casabella* e non avendo esperienze su riviste, sulla tipologia del lavoro, avevo accettato l'incarico. Lì mi era stato dato un Macintosh, una stampante e io disegnavo le mie pagine che poi venivano stampate e in carta consegnate ai poligrafici che le ricostruivano perché ovviamente non potevi mettere mano all'esecutivo finale. Loro usavano dei Shytecs mi pare e all'inizio, ovviamente ormai siamo abituati a importare le immagini nel testo, si faceva il contrario, si importava il testo nelle immagini. Lo scanner con un sistema collegato acquisiva le pagine di testo, copiava e montava tutto quanto.

Stefano Tonti

progettista grafico
▶ via Skype
22.05.2020

Faccio una premessa rispetto al mio passato di progettista grafico per i club notturni della zona romagnola negli anni Novanta e relativa al campo di indagine della tua ricerca sul rapporto tra grafica e computer: cosa c'è di meglio per un giovane grafico se non incominciare a lavorare realizzando l'identità proprio per i locali underground frequentati, sperimentando nuovi linguaggi digitali? Direi proprio niente. Quando io ero un ragazzino, tra i quindici e i sedici anni, e ho iniziato a progettare le prime cose per il club Slego di Rimini e Tommaso Giovanni Garattoni, più grande di me di almeno sei anni, era tra i fondatori e tra i dj del locale. Lui all'epoca era uno studente di architettura, rappresentava una generazione più informata, più consapevole e più attiva nell'ambito della progettazione. Quando ho iniziato a lavorare per il suo locale, lui aveva già un suo studio, Complotto Grafico, un gruppo misto in cui si mescolavano progetti grafici con quelli architettonici e con la fotografia. Tutti provenivano dalla formazione universitaria architettonica e si occupavano spesso anche della scenografia dei club di Rimini e dell'intera zona, tra cui anche l'Aleph di Gabicce Mare.
Per la precisione tra i fondatori di Complotto Grafico c'erano: Maurizio Castelvetro/architetto, Stefano Ferroni/fotografo, Sauro Fiori/illustratore, Giovanni Tommaso Garattoni e Massimiliano Sirotti, che assieme avevano fondato anche nel 1980 il club Slego, uno tra i più importanti rock club d'Italia. Quindi a Rimini c'era la loro generazione e poi la mia, un po' un passo indietro solo per motivi generazionali, composta da Mauro Carichini, Maddalena Fabbri e Alessandra Morcella.

P. Per prima cosa avrei bisogno di inquadrare meglio la sua figura professionale, chiedendole che tipo di formazione ha avuto.

T. Ho frequentato il liceo artistico a Ravenna, dove ho avuto come compagno di classe Mauro Carichini con cui, oltre ad avere gli stessi interessi musicali anche il gusto estetico di quegli anni. Con Mauro nel 1990 ci siamo trasferiti a Londra per provare nuove esperienze fuori dall'Italia, lui è rimasto e io sono ritornato in Italia. Pensa che per un breve periodo abbiamo anche co-abitato a Milano. Oltre a essere legato a lui da una profonda amicizia, l'ho sempre stimato e ammirato per il suo approccio al progetto grafico, più sperimentale e fuori dagli schemi accademici che al contempo io osservavo maggiormente. Lui ha sempre avuto una grande libertà espressiva legata anche all'uso del nuovo strumento digitale, Mauro l'ha saputo sempre usare con arguzia, dando vita a nuove visioni contaminate.
Ritornando alla tua domanda, ribadisco che ho frequentato il liceo artistico a Ravenna e dopo ho iniziato un percorso biennale presso un istituto tecnico-professionale dedicato ad Albe Steiner – adesso non esiste più –, che non si occupava soltanto di grafica, ma anche di altre materie più tecniche. Per la precisione era un centro di formazione professionale finanziato dalla regione, quindi la dicitura giusta è C.F.P.P. Albe Steiner. Sia io che Mauro l'abbiamo frequentato, perché all'epoca non c'erano grandi opportunità formative sulla grafica dopo le superiori al di fuori dell'ISIA di Urbino, forse a Milano, se ricordo bene c'era la Scuola Umanitaria, ma all'epoca la città meneghina ci sembra lontana. In zona non c'era molto altro a parte il corso che alla fine abbiamo frequentato.
A proposito dell'Umanitaria, dal 1992-1994 sono stato assistente di Italo Lupi a Milano e il suo braccio destro, Sandro Farina, si era formato in questa scuola.

P. Nel Centro di Formazione Professionale A. Steiner ricordi quali sono state le materie inerenti all'ambito del progetto grafico? E ci sono stati dei corsi che prevedevano l'uso dei computer come strumento di progetto?

T. I nostri insegnanti sono stati tutti dei professionisti prima di essere docenti e questo è stato un aspetto molto importante dal punto di vista formativo, perché trasmettono alcune conoscenze strettamente connesse al mondo della professione. Tra gli insegnanti avevo Massimo Casamenti, il fondatore e il titolare dello studio Image di Ravenna, lui mi ha trasmesso in particolar modo le nozioni operative. Poi c'erano anche Enzo Pezzi, fotografo e insegnate di fotografia, e tale Walter Pretolani che si occupava di cultura generale e si occupava di cinema, tutti provenienti dall'area geografica ravennate.

Per rispondere alla tua seconda domanda sul computer, ne ho visto uno per la prima volta proprio durante il corso biennale successivo al liceo. Ricordo ancora il primo Mac con lo schermo verticale, uno dei primissimi modelli, con la scocca giallina, e ce l'hanno fatto vedere, indicandolo ed esclamando: «Vedete ragazzi, questo è il computer!». L'interazione con questa macchina è terminata lì, perché non ricordo di averlo mai usato, è probabile che gli stessi insegnanti non sapessero utilizzarlo. Soltanto verso la fine del mio secondo anno, qualcuno tra gli studenti nuovi ha iniziato ad utilizzarlo di più. Durante questo biennio avevo già iniziato a lavorare, fa' conto che potevo avere vent'anni, realizzando la mia prima vera e propria identità per il club underground Vidia di Cesena – locale tutt'ora in attività –, che mi ha dato l'opportunità di lavorare per la prima volta con la fotocomposizione. Questo progetto mi ha permesso di entrare in contatto con il mondo professionale, recandomi dal fotolitista e poi dallo stampatore, realtà produttive che avevano già subito la riconversione digitale della strumentazione.
La vera libertà professionale mi è stata data dal personal computer che ho acquistato molto dopo, ma questa esperienza del Vidia mi ha dato la possibilità di essere un po' autonomo con la scelta dei caratteri e di alcuni aspetti che precedentemente erano tutti completamente gestiti da un'altra persona.
Per avere il mio primo computer ho dovuto aspettare almeno altri dieci anni, almeno attorno al 1994.

P. Qual è stato il metodo applicato al lavoro di identità del Vidia?

T. Il Vidia ha aperto i battenti proprio nell'anno in cui è iniziata la nostra collaborazione nel 1984 e tuttora utilizzano il logo da me progettato. Questo elemento l'ho progettato e concretamente realizzato con la rapidograph su un cartoncino, direi un approccio analogico e manuale e non digitale. Il Vidia si proponeva al mondo dell'intrattenimento con un'estetica e dei generi musicali un po' new tribale e un po' etnici, con la volontà di sottolineare proprio questa specificità, così la realizzazione manuale dei miei lavori si sposava perfettamente con questo mood. All'inizio per l'identità ho lavorato molto con la fotocopia, che poi lavoravo e modificavo in reprocamera, riprendevo soprattutto tessuti e pattern africani. Un discorso a parte vale per la tipografia che ammetto di aver stirato e contorto sugli stilemi del periodo, possibilità espressive che sono state possibili soprattutto grazie all'uso della fotocomposizione e all'aiuto del fotolitista. È qualcosa di indecente se ci penso, però la tecnologia ha profondamente condizionato l'estetica in quel determinato periodo storico. Mi sono occupato dell'identità del Vidia per circa due o tre anni.

P. Quali sono stati i suoi riferimenti rispetto quello che stava accadendo all'estero? Mi riferisco al tipo di input, riviste, libri o altro che è servito al suo bagaglio culturale. Come si formato rispetto a quello che stava succedendo all'estero, rispetto anche al digitale?

T. Partirei con indicarti quali sono stati i miei riferimenti italiani, ossia tutta la grafica storica italiana da Albe Steiner ad AG Fronzoni a Italo Lupi, con il quale ho avuto la fortuna di lavorare, se dovessi essere sintetico i miei riferimenti erano quelli del modernismo italiano, espressione del razionalismo visivo di cui mi attirava la struttura e il senso di ordine,

arricchendo poi man mano il proprio bagaglio culturale. Ecco, sicuramente crescendo mi sono liberato di certi minimalismi che hanno connotato i miei lavori all'inizio, ampliando il mio ventaglio visivo. Magari rispetto ad altri ho affrontato il percorso di crescita al contrario, invece di essere uno sperimentatore nei primi anni della mia carriera sono stato molto prudente e ho preferito sperimentare successivamente sempre con una certa sensibilità e un'idea di sintesi e semplicità.
Rispetto ai riferimenti dello scenario internazionale in quel momento ero completamente immerso nell'estetica del post-punk, meglio conosciuta come New Wave, istanze che venivano veicolate nelle riviste di settore inglesi come *i-D Magazine*. Sia io che Mauro e un ristretto gruppo di altri amici progettisti guardavamo molto a ciò che stava accadendo in Inghilterra, quindi avevamo come riferimento Neville Brody – soprattutto lui –, e Peter Saville, una grafica legata al mondo della musica e della moda. Quello che non abbiamo mai fatto è guardare allo scenario statunitense, almeno nei primi anni Ottanta ero più attratto dal lavoro di Brody sulla rivista *The Face*. Poi sul finire degli anni Ottanta e Novanta sono approdato, o meglio, mi sono orientato più verso la realtà americana perché ho avuto modo di conoscere alcuni dei protagonisti minori. Era un'estetica maggiormente decostruita e situazionista rispetto alla scena inglese, a volte la grafica americana mi sembrava espressione della casualità. Mi ricordo che ero rimasto colpito da questi accostamenti inesplicabili dove si accostavano immagini a forme geometriche, font distorte alle immagini poco chiare. Trovavo il linguaggio americano molto più libero, giocoso e meno vincolato a un passato storico visivo, a dispetto dell'approccio inglese o europeo che, a mio avviso, cercava sempre un senso logico, anche laddove non era così esplicitato.
Per me è importante sottolineare che in quegli anni c'è stato un rapporto inscindibile tra sperimentazione musicale, sperimentazione grafica e tendenze di moda, tutto veicolato nelle riviste.

P. Ritornando alla questione dell'utilizzo del computer, prima mi diceva che è arrivato postumo rispetto agli esordi della sua carriera. Quindi grosso modo ha acquistato il suo primo personal computer attorno al 1994-95?

T. Esatto! Nel periodo tra il lavoro per il Vidia e l'acquisto del mio primo computer, conclusa la mia esperienza formativa ho iniziato diversi tirocini uno in particolar modo in uno studio riminese che si occupava tra i tanti lavori anche dell'identità del Paradiso Club, che non era la tipologia di locale da me frequentato perché era una discoteca frequentata da gente molto ricca. È stato un locale esclusivo e innovatore soprattutto negli espedienti architettonici, supportati dall'attenzione ai dettagli del suo patron, Gianni Fabbri, erede negli anni Settanta di un locale che vantava oramai vent'anni di attività. Il Paradiso era collocato in una posizione strategica sulle colline riminesi e vantava tra i suoi ospiti diversi uomini politici famosi, per farti un nome Bettino Craxi, e alcuni tra i più importanti artisti della scena pop internazionale tra cui Grace Jones e Gianni Versace. Dal punto di vista architettonico hanno brevettato l'espediente del famigerato muro d'aria, che consisteva in muro d'aria calda che isolava l'esterno dall'interno, andando a sostituire la grande vetrata che si affacciava sul panorama. Smetto di divagare, ti accennavo al Paradiso perché durante il tirocinio mi sono occupato io della sua identità, cercando di inserire dei linguaggi nuovi. La mia storia come progettista di identità di club notturni si è più volte intrecciata con quella di un'altra protagonista importante per la scena romagnola, ossia Maddalena Fabbri. L'ho succeduta nel lavoro per altri due club sul finire degli anni Novanta: Io street club e il Cocoricò.

P. Cosa ti l'ha spinto ad occuparsi soprattutto dell'identità dei club notturni negli anni Novanta?

T. È stata tutta una pura casualità, l'aver già lavorato per il Vidia o per il Paradiso Club non mi ha dato l'accesso diretto ad altri locali della zona, però chiaramente l'industria dell'intrattenimento e del divertimento è un settore importantissimo nel riminese e forniva un grande bacino di clienti. Per farti capire, tra gli anni Ottanta e Novanta, nell'area compresa tra Rimini e Riccione c'erano all'incirca centocinquanta locali tra grandi e piccoli e quindi era facile trovarsi a lavorare per uno di essi. Ricostruendo cronologicamente un po' la mia storia, verso il 1989 ho aperto lo studio Primavisione a Riccione con un altro progettista grafico, Marco Corsi, e spesso abbiamo lavorato per locali come il Pascià di Riccione o altri locali dei lidi ferraresi, ma non ricordo sinceramente come siamo arrivati fin là. Poi abbiamo collaborato con il neonato Cocoricò, quando ancora non era un club culto nel mondo dell'intrattenimento notturno.
L'esperienza dello studio è durato poco, uno o due anni, perché ero stanco di progettare identità per piccoli o medi locali che non ti davano la possibilità di sperimentare, cosa che invece mi era capitata precedentemente con lo

Slego di Garattoni, locale davvero di riferimento nazionale e internazionale sotto diversi punti di vista sia musicale sia quello comunicativo, tanto da meritarsi un articolo sulla rivista *The Face*.
Nel 1990 mi sono trasferito a Londra e successivamente a Milano nel 1991, dove come ti accennavo prima, ho lavorato nello studio di Italo Lupi. Quando sono arrivato a Milano, tramite il passaparola di amici mi è stato girato l'annuncio, in cui la rivista *Abitare* stava cercando un progettista grafico per impaginare un numero nel periodo di transizione tra la direzione di Bruno Monguzzi e quella di Italo Lupi, era febbraio del 1992.
Ho presentato la mia proposta di rivista, accettata subito e con il successivo arrivo di Lupi poi ho incominciato a lavorare direttamente per il suo studio per pura fortuna, perché uno dei suoi collaboratori, Ivo Van Bürgen stava andando via. Lo studio di Lupi era piccolo, lavoravamo soltanto in cinque persone.

P. Quando ha iniziato a lavorare per la rivista *Abitare* nel 1991, la progettazione del periodico era già stata digitalizzata oppure si alternava analogico a digitale?

T. Dunque la redazione che si occupava della stesura dei testi era già stata digitalizzata, ognuno aveva il proprio computer, pure il reparto di grafica suddiviso tra grafici esecutori/impaginatori e art director. Nonostante la mia giovane età, in quel frangente io ero l'art director e preparavo delle bozze con le fotocopie che incollavo sul menabò coi testi simulati, bozzetti passati successivamente ai grafici esecutori che lavoravano su computer.

P. Qual è stata invece l'esperienza all'interno dello studio di Lupi? Come veniva ripartito il lavoro al suo interno? Da altre interviste è emerso che Lupi era abbastanza refrattario a lavorare con il computer, delegando ad altri il suo utilizzo.

T. Confermo che Italo Lupi è molto riluttante all'uso del computer, infatti passare dalla redazione di *Abitare* allo studio è stato un salto importante perché non si usavano le strumentazioni digitali. Quindi anche in quegli anni ho continuato a lavorare senza, o meglio non ho avuto dei contatti diretti con lo strumento. Si lavorava seguendo la filiera precedente alla diffusione capillare del personal computer, ossia appoggiandosi alla fotolito e alle tipografie per la stampa.
Da Lupi vigeva ancora il metodo di progettazione manuale, nonostante settimanalmente bussassero alla nostra porta i rappresentanti della Apple Italia, che in sala riunioni ci illustravano puntualmente tutte le opportunità e le possibilità del lavoro al computer. L'uso del computer nello studio Lupi avveniva per interposta persona, ossia davamo indicazioni ai fotolitisti o agli stampatori che lavoravano appunto sulla macchina. È probabile che quando sia andato via io dopo tre anni, Lupi abbia ceduto il passo e acquistato tutta la strumentazione necessaria.
L'esperienza in quello studio è stata davvero formativa, anche se lui in realtà in studio c'era molto poco a causa sei suoi impegni con la rivista *Abitare* di cui era sia direttore editoriale che art director grafico. Lui trascorreva metà della sua giornata nella redazione, per poi fare capolino in studio dopo pranzo, ma noi lo vedevamo molto poco per dieci minuti e poi si chiudeva nel suo ufficio privato, un luogo inaccessibile guardato con gli occhi esterni. Nonostante la sua assenza mi ha trasmesso tanto dal punto di vista lavorativo.

P. Quando ha comprato il suo primo personal computer? E si ricorda il modello acquistato?

T. Ho comprato il mio primo Mac nel 1993 quando vivevo a Barcellona. Il modello, non credo di ricordarmelo. Ricordo meglio la forma che aveva, si sviluppava in orizzontale e non più in verticale, con una scossa grigio molto chiara e il monitor catodico con una scocca un po' curva e che sporgeva in avanti. Il fronte non era perfettamente perpendicolare alla base della macchina.
Avevo acquistato anche una stampante. Il suo acquisto mi era costato molto persino in pesetas spagnole. È assurdo come abbia imparato i programmi in lingua spagnola perché all'epoca vivevo in Spagna. Ricordo anche che il momento dell'accensione non era così immediato, compariva sul monitor una scritta che avvisava l'utente della messa in moto del computer, nel mio caso compariva la scritta 'Arrancar'.

Nel 1997 ho comprato il modello del iMac G3 colorato quando sono rientrato in Italia e ho iniziato a collaborare come grafico esterno con lo studio Massa & Marti. Questo periodo ha conciso con il mio sodalizio con molti club notturni di Rimini.

P. Come ha vissuto la transizione il passaggio del lavoro di progettista dall'analogico al digitale? Avendo anche avuto diverse esperienze precedenti in cui si è destreggiato tra le due modalità?

T. Sicuramente non ha rivoluzionato il

mio metodo progettuale, lo visto più come uno strumento usato per facilitarmi il lavoro. Nel momento dell'acquisto ho continuato a lavorare con gli stessi procedimenti e intenti. L'evoluzione vera e propria, secondo me, è avvenuta più sul piano estetico, proponendo linguaggi nuovi che cercavo già di simulare negli anni precedenti all'uso esclusivo del computer, con risultati più o meno accettabili. Non l'ho mai visto come un ostacolo, ma non mi definirei un tecno-entusiasta, ne ho colto le possibilità tecniche e le ho utilizzate a mio vantaggio per esprimere istanze visive nuove sempre legate però ai concetti. Il computer può permettermi di intraprendere molte strade, che però spesso possono essere considerate come distrazioni dall'obiettivo finale oppure come eccessi di virtuosismi digitali non utili, che fungono più da effetti speciali e non da soluzioni funzionali.

P. Prima accennava che il suo rientro in Italia nel 1997 ha coinciso con la ripresa delle collaborazioni con i club musicali di Rimini. Può ricostruire quali sono stati i suoi principali clienti?

T. Sì, tornato in Italia, nonostante vivessi a Milano tornavo spesso a Rimini per la famiglia e ho riallacciato i rapporti con l'ambiente dell'intrattenimento notturno, iniziando a collaborare con l'Io Street Club, in cui si esibivano dal vivo soprattutto band di musica underground come il grunge, genere identificativo degli anni Novanta. Lavorando a distanza per spedire i lavori alle tipografie riminesi, ricordo che mi sono avvalso molto dei dischetti zip per comprimere le dimensioni dei lavori. Questi poi venivano spediti fisicamente in posta, quindi prova ad immaginare anche i tempi di produzione dei progetti, sicuramente dimezzati rispetto al passato, ma non così celeri come oggi. Oltre all'Io Street Club ho iniziato a lavorare brevemente per il Velvet, istituito parzialmente da alcuni fondatori del locale Slego.
Nel 1998 sono subentrato a Maddalena Fabbri come responsabile della grafica della discoteca Cocoricò di Riccione.

P. Introducendo una nuova questione relativa al fermento progettuale degli anni Novanta nell'area emiliana-romagnola, che ha visto la creazione di un network tra diversi progettisti nelle pagine la rivista *Climax* ideata di Jumbo Manfredini. Ha mai avuto modo di collaborare a questa rivista? A questo proposito ha preso parte alla rassegna Nightwave svoltasi nel 1997 a Rimini? In occasione di questo evento è stata realizzata un numero dedicato di *Climax*.
T. Ho ricordi un po' vaghi a riguardo. Mi ricordo della fiera Nightwave, era abbastanza famosa per chi appunto lavorava con l'industria dell'intrattenimento o della musica. Se ho partecipato alla rassegna nella data che mi indichi è perché sarò stato coinvolto da Jumbo Manfredini che in quegli anni mi ha contattato alcune volte. Nel 1997 ho lavorato per l'immagine coordinata del famoso festival teatrale Santarcangelo dei Teatri.
Ritornando a Nightwave è stato proprio in quella occasione che ho conosciuto Alessandra Morcella, anche lei si occupava della grafica dei club, anzi è stata lei ad avviare la proficua collaborazione con il Cocoricò che poi in un certo qual modo ho ereditato. Questo club commerciale è stato importante per noi giovani progettisti provenienti dalla scena dei club undeground, perché ci ha dato la possibilità di esprimerci liberamente, indagando linguaggi anche lontani dall'ambiente commerciale di questa discoteca. Il direttore artistico del Cocoricò, con il quale ho collaborato, è stato Loris Riccardi, per ogni stagione – due se non erro – mi proponeva una tematica/slogan sulla quale sviluppare poi tutto il progetto grafico e poi avevo completamente carta bianca. L'unico input che arrivava da lui era appunto la tematica, quindi avevo davvero piena libertà creativa e inoltre garantiva uno stipendio fisso mensilmente rigorosamente in contanti. Quindi l'esperienza con il Cocoricò è stata una palestra sotto diversi punti di vista.

P. A fronte anche della sua esperienza professionale all'estero, secondo lei, il panorama italiano è stato pronto a cogliere il passaggio tra l'analogico e il digitale e ad affrontare un adeguato dibattito critico?

T. Avendo vissuto gli anni caldi all'estero forse mi sono perso questo passaggio soprattutto da un punta di vista critico e teorico. A mio avviso, non mi sembra che ci sia stata una grande riflessione da parte di noi grafici italiani, credo che la discussione sia avvenuta nel micro confrontandosi soprattutto sulle questioni più tecniche.
Sicuramente ci siamo accorti del cambiamento, soprattutto nelle istanze visive che non erano più quelle dei maestri del passato, ma personalmente non sono mai andato oltre questo tipo di questioni e anche gli ambienti che ho frequentato non producevano questo tipo di riflessioni di natura teorico-critica. Rifletto ora con te sul possibile ruolo dell'Aiap su questa questione, associazione di cui ho iniziato a far parte nei primi anni Duemila, ma che ho frequentato come utente esterno nel mio periodo milanese nella metà degli anni Novanta. Mi sembra che loro stessero conducendo delle riflessioni, ma più di tipo conservativo sul ruolo della professione in generale, condotte soprattutto mediante le sue pubblicazioni. A mio avviso credo che non ci fosse un'apertura alla contemporaneità o alle fasce di progettisti più giovani.

>> apparato 2

MATERIALI D'ARCHIVIO

Archivio Bevilacqua La Masa, Venezia [Archivio BLM]

David Carson, diapositive, 1996

Relazione del Consiglio di Amministrazione della Fondazione Bevilacqua La Masa, dattiloscritto, 1996

Bevilacqua La Masa, *Carson/Venezia*, comunicato stampa, 1996

Bevilacqua La Masa, *Carson/Venezia*, mail richiesta catalogo, 3.10.1996

Bevilacqua La Masa, *Carson/Venezia*, preventivi di stampa, 1996

Bevilacqua La Masa, *Carson/Venezia*, schede informative sulla mostra, 1996

Studio Camuffo, *David Carson*, proposta programma della mostra e preventivo di spese, Venezia 23.09.1996

Studio Camuffo, *Carson/Venezia*, invito, Venezia 1996

Studio Camuffo, *Carson/Venezia*, manifesto 70*100 cm, Venezia 1996

Archivi della Triennale di Milano, Milano [Archivio TRN]

David Carson: The End of Print, diacolor della mostra, gennaio 1997, Milano

Incontro con David Carson, comunicato stampa, gennaio 1997, Milano

Archivio Fondazione de Mitri, Modena

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 2/3, febbraio-marzo, Modena 1993

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 4, aprile, Modena 1993

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 5, maggio, Modena 1993

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 9, settembre, Modena 1993

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 10, ottobre, Modena 1993

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 6, agosto, Modena 1994

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 1, marzo, Modena 1995

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 2, maggio, Modena 1995

Di Gioia, P., *Cube*, rivista, 3, luglio, Modena 1995

Archivio Fondazione Gramsci Emilia-Romagna, Bologna

Extra, settimanale de *il manifesto*, n. 1-14, 1995-1996

Archivio Palazzo Fortuny

Pacific Wave, *Californian Graphic Design*, comunicato stampa, 18.08.1987, Venezia

Hersey, J., *Maglia Esprit Sport*, illustrazione digitale, 1987 (tre immagini)

Monk, C., *Identità Apple*, diapositive, 1987

Studio Camuffo, *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, depliant mostra, 1987

Studio Camuffo, *Graphic Fortuny 1*, depliant workshop, 1987

Utimpergher, P., *Pacific Wave, Californian Graphic Design*, diacolor della mostra, 1987

Archivio storico del progetto grafico Cdpg, Aiap Milano [Archivio Cdpg]

Il progetto digitale, flyer dell'evento, Milano, 1995

Il socio Aiap e il computer. Incidenza delle tecnologie informatiche nella pratica della professione, questionario, Milano, 1995

Delegazione Aiap Lombardia, *Presentazione dell'Aiap*, Milano,1995

Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, bozza di programma, 12 gennaio 1995, Milano

Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, comunicato stampa, 12 gennaio 1995, Milano

Segreteria Aiap, *Il progetto digitale*, elenco dei relatori, 12 gennaio 1995, Milano

Segreteria Aiap, *Il progetto grafico*, dattiloscritto relazione convegno, Milano, 1995

Sinni, G., *Proposta di inclusione nuovi ambiti progettuali nel tariffario Aiap*, mail, Firenze 1996

Archivi privati

Camuffo, G., *Zuppa Digitale*, comunicato stampa, novembre 1999

Di Gioia Patrizia, *Spirity club*, manifesto, 1992-93

Leonardi, A., Schiavi, F., *Fontology/Unicode*, pieghevole, Modena 1996

Leonardi, A., Schiavi, F., *Fontology*, specimen, Modena 1996

Manfredini, A., *Climax*, n. 1, rivista, Modena 1994

Manfredini, A., *Climax*, n. 2, rivista, Modena 1996

Manfredini, A., *Climax*, n. 3, rivista, Modena 1997

Manfredini, A., *Climax*, n. 4, rivista, Modena 1998

Manfredini, A., *Climax. The digital wave '96*, booklet, Modena 1995

Manfredini, A., Fontology, pieghevole a fisarmonica, Modena 1996

Polano, S., *Fortuny Graphic presentazione 19.01.1995*, appunti, 1995

Polano, S., *Digital soup 1*, appunti, 1996

Polano, S., *Zuppa digitale*, mail, 28.10.1998

Scarpellini, K., *Vincenzo Scarpellini curriculum vitae*, dattiloscritto, s.d.

Scarpellini, K., *Vincenzo Scarpellini e le copertine di Suq*, comunicato stampa, s.d.

Schiavi, F., *Fontology*, specimen, Modena, 1994-96

Schiavi, F., *Schiavi type designer*, specimen, Modena, 1995-97

La bottega dello sguardo, Bagnacavallo Ravenna

Loew Associati, *Link project*, gennaio-febbraio, Bologna 1995

Loew Associati, *Link project*, ottobre-dicembre, Bologna 1996

Loew Associati, *Link project*, gennaio-febbraio, Bologna 1997

Loew Associati, *Link project*, ottobre-novembre, Bologna 1997

Loew Associati, *Link project*, febbraio-marzo, Bologna 1998

Loew Associati, *Link project*, gennaio-febbraio, Bologna 1999

Loew Associati, *Link project*, gennaio-febbraio, Bologna 2000

Loew Associati, *Link project*, marzo-maggio, Bologna 2000

BIBLIOGRAFIA

A

AA. VV., *Venezia ’79 – la Fotografia*, Milano: Electa Editore, 1979

AA. VV., *Segnopolis*, catalogo della mostra, Palazzo Carignano Torino, 23.02-16.03.1985, 1985

AA.VV., *42a Esposizione Internazionale d’Arte La Biennale di Venezia. Arte e biologia. Tecnologia e informatica*, Venezia, Milano: Electa, 1986, 66-77

AA. VV., *Atti del festival dell’Arte Elettronica 1985*, Palazzo Ducale Camerino, 28-30 novembre 1985, Camerino,1986

AA.VV., *Festival arte elettronica: rassegna stampa*, Camerino, 1987

AA.VV., *Grafica & grafica. 52 percorsi progettuali*, Milano: Azzura Editrice, 1988

AA.VV., *Cranbook design. The new discourse*, New York: Rizzoli International, 1990

AA. VV., *Il computer: “strumento rivoluzionario”?*, in “Ugo”, 8, luglio, 1993, 4-7

AA.VV., *Quattro stelle. Graphic design in Europa*, catalogo della mostra, Palazzo delle Esposizioni Roma, 10.10-22.11.1993, Milano: Electa, 1993

AA.VV., *April Greiman. It’s nowt what you think it is*, Zürich: Artemis, 1994

AA. VV., *Digital type, Rockport MA: Rockport Publishing*, 1997

AA. VV., *Il copyright nell’epoca del cyberspazio*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, 2-4

AA. VV., *New Typography 2*, Tokyo: PIE Books, 1997

AA. VV., *Emotional digital: a sourcebook of contemporary typographics*, London: Thames & Hudson, 1999

AA.VV., *1951-2001. Made in Italy?*, Milano: Skira, 2001

AA.VV., *Italic 1.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: Aiap, 2002

AA.VV., *Mambo: Good test is fine for some, in “Eye”*, 46, winter 2002.
Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/mambo-good-taste-is-fine-for-some [28 dicembre 2019]

AA.VV., *Italic 2.0 Il disegno di caratteri contemporaneo in Italia*, Milano: DeAgostini, 2009

AA.VV., *Lire à l’ècran. Contribution du design aux pratiques et aux appresentissages des savoirs de la culture numérique*, Paris: Èdition B42, 2011

AA.VV., *Postmodernism. Style and subversion, 1970-1990*, catalogo della mostra, Victoria & Albert Museum, London, 24.09.2011-15.01.2012, London: V&A Publishing, 2011

AA. VV., *Night fever. Designing club culture 1960-Today*, Vitra Design Stiftung: Weil am Rhein, 2018

AA. VV., *Reality 80. Il decennio degli effetti speciali*, catalogo della mostra, Galleria Gruppo Credito Valtellinese Refettorio delle Stelline Milano, 20.12.2018-11.02.2019, Milano: Creval, 2019

AA. VV., *Apple Lovers. Il futuro non è mai come te lo saresti aspettato, Independently published*, 2020

Accolla, P., *Computer art*, in “Video Magazine”, 32, 1984, 52-57

Acocella, A., Toschi, C. (a cura di), *Arte a Firenze 1970-2015. Una città in prospettiva,* Macerata: Quodilibet Studio, 2016

Albertini, R., *La bottega del computer*, in “l’Unità”, venerdì 16 dicembre 1988, 14

Alessandrini, G.F., Bortone, G., *I calcolatori elettronici in Italia*, in “Rivista di organizzazione aziendale”, 2, marzo-aprile, 1961, 6-13

Alessi, R., *Con “Bit” arriva il computer*, in “La Repubblica”, 28 aprile 1984, 23. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1984/04/28/con-bit-arriva-in-tv-il-computer.html?ref=search

Anceschi, G., (a cura di), *Prima Biennale della grafica. Propaganda e cultura:indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni settanta ad oggi*, Milano: Mondadori Editore, 1984

Anceschi, G., *Choreografica universalis*, in “Linea grafica”, 1, 1986, 40-47

Anceschi, G., *L’era del rimescolamento*, in “Linea grafica”, 3, 1987, 4-13

Anceschi, G., *Grafica, visual design, comunicazioni visive*, in AA. VV., *Storia del disegno industriale. 1919-1990 il dominio del design*, vol. 3, Milano: Electa, 1991, 56-83

Anelli, M., *Mac fa 37*, in “Applicando”, 8, 1984, 14-22

Antonelli, P., *The Italian issue*, in “Print”, vol. 47, 6, 1993, 22-27

Apicella, V., *Cinepresa addio, il regista e il computer*, in “L’Unità”, giovedì 12 novembre 1987

Apple Computer, *Human interface guidelines. The Apple desktop interface*, NY: Addison-Wesley, 1987

Armellin, M., Branzaglia, C., (a cura di), *Progettazione comunicazione immagine*, Firenze: Editoriale Tosca, 1998

Arminio, F., *Gli eroi dello sfinimento*, in “Abitare”, 514, 2011, 156-159

Armstrong, H. (a cura di), *Graphic Design Theory: Readings from the Field*, New York: Princeton Architectural Press, 2009

Armstrong, H. (a cura di), *Digital Design Theory: Readings from the Field*, New York: Princeton Architectural Press, 2016

Arzuffi, E., *Figurazioni digitali*, in “Linea grafica”, 6, 1992, 54-61

B

Baines, P., *Type painting of a digital artist*, in “Eye”, 14, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/type-paintings-of-a-digital-artist

Baker, E., *L’onda lunga della California*, in “Linea grafica”, 5, 1988, 44-51

Baley, C., *The global future of design history. Introduction*, in “Journal of design history”, vol. 18, 3, 2005, 231-233. Disponibile online: www.jstor.org/stable/3527283?seq=1

Barazzuol, R., *Italy*, in “Emigre”, 13, 1989, 28-29

Barbieri, D., *Progettare l’interazione*, in “Linea grafica”, 1, 1993, 10-21

Bardella, V., *Lo spazio dell’audiovisivo*, in “Linea grafica”, 1, 1986, 56-59

Barnbrook, J., *Computer programs. Talking about my font generation*, in “Eye”, 11, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/talking-about-my-font-generation

Barness, J., *Designing the Emigre Magazine index: theory and practice in an alternative research tool*, in “Design and culture”, vol. 8, 2, 181-197. Disponibile online: www.tandfonline.

com/doi/full/10.1080/17547075.2016.1187913

Baroni, D., *Il manuale del design grafico*, Milano: Longanesi, 1986

Baroni, D., *Per quale lettura?*, in “Linea grafica”, 5, 1996, 12-23

Baroni, D., *La lettera riscritta*, in “Linea grafica”, 1, 1997, 12-21

Baroni, D., *L’immagine della complessità*, in “Linea grafica”, 5, 1997, 12-23

Baroni, D., *Senso dell’ordine, teorie del caos*, in “Linea grafica”, 2, 1999, 40-49

Baroni, D., Vitta, M., *Le peculiarità della grafica italiana*, in Baroni, D., Vitta, M., *Storia del design grafico*, Milano: Longanesi & Co., 2003, 269-279

Baroni, D., Vitta, M., *La rivoluzione digitale*, in Baroni, D., Vitta, M., *Storia del design grafico*, Milano: Longanesi & Co., 2003, 300-320

Baule, G., *Editoriale*, in “Linea grafica”, 1, 1986, 8

Baule, G., *Editoriale*, in “Linea grafica”, 2, 1986, 8

Baule, G., *Editoriale*, in “Linea grafica”, 6, 1986, 8

Baule, G., *Arte e scienza, XLII Esposizione Internazionale d’Arte. La Biennale di Venezia*, in “Linea grafica”, 6, 1986, 56

Baule, G., *Un promemoria per la grafica italiana degli anni ‘90*, in “Linea grafica”, 1, 1990, 10

Baule, G., *Un confronto aperto sulla grafica*, in “Linea grafica”, 3, 1990, 10-13

Baule, G., *Il manifesto oltre il manifesto*, in “Linea grafica”, 2, 1991, 4-15

Baule, G., Pagliardini, W., *La grafica rivista. Linea grafica: la grafica, professione e progetto*, in “Linea grafica”, 3, 1986, 4-11

Buale, G., *editoriale*, in “Linea grafica”, 6, 1991, 3

Baule, G., *editoriale Transitorietà*, in “Linea grafica”, 1, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Onnipresenza*, in “Linea grafica”, 2, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Misura*, in “Linea grafica”, 3, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Materialità*, in “Linea grafica”, 4, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Virtualità*, in “Linea grafica”, 5, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Standardizzazione*, in “Linea grafica”, 6, 1992, 8

Baule, G., *editoriale Europa della grafica*, in “Linea grafica”, 1, 1993, 8

Baule, G., *editoriale Una nuova visibilità*, in “Linea grafica”, 2, 1993, 8

Baule, G., *editoriale La grafica sensibile*, in “Linea grafica”, 3, 1993, 8

Baule, G., *Infografica*, in “Linea grafica”, 3, 1993, 10-19

Baule, G., *editoriale Nuova grafica, nuovi media*, in “Linea grafica”, 5, 1993, 8

Baule, G., *Libri elettronici*, in “Linea grafica”, 5, 1993, 10-21

Baule, G., *editoriale Le grandi immagini*, in “Linea grafica”, 6, 1993, 8

Baule, G., *editoriale Transizioni*, in “Linea grafica”, 1, 1994, 8

Baule, G., *editoriale Traduzioni*, in “Linea grafica”, 2, 1994, 8

Baule, G., *editoriale Elaborazioni*, in “Linea grafica”, 3, 1994, 8

Baule, G., *Oltre la copia*, in “Linea grafica”, 3, 1994, 52-57

Baule, G., *editoriale Parole/figure*, in “Linea grafica”, 4, 1994, 8

Baule, G., *editoriale Compressioni*, in “Linea grafica”, 5, 1994, 8

Baule, G., *Chi progetta le interfacce*, in “Linea grafica”, 5, 1994, 10-15

Baule, G., *editoriale Sotto i nostri occhi*, in “Linea grafica”, 1, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale La grafica ricomincia*, in “Linea grafica”, 2, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale La favola digitale,* in “Linea grafica”, 3, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale Laboratorio di transizione*, in “Linea grafica”, 4, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale Il riflesso della multimedialità*, in “Linea grafica”, 5, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale Segni del tempo*, in “Linea grafica”, 6, 1996, 10-11

Baule, G., *editoriale Il corpo della scrittura*, in “Linea grafica”, 1, 1997, 10-11

Baule, G., *editoriale La grafica in rete*, in “Linea grafica”, 3, 1997, 10-11

Baule, G., *Riviste: una nuova trama*, in “Linea grafica”, 3, 1997, 16-23

Baule, G., *editoriale Sulla ragione informatica*, in “Linea grafica”, 4, 1997, 10-11

Baule, G., *L’altra faccia del quotidiano*, in “Linea grafica”, 4, 1997, 12-29

Baule, G., *editoriale Tecnologia/formazione*, in “Linea grafica”, 5, 1997, 10-11

Baule, G., *La marca e il prodotto: presentare, consultare*, in “Linea grafica”, 5, 1997, 24-33

Baule, G., *editoriale Il testo senza volto*, in “Linea grafica”, 6, 1997, 10-11

Baule, G., *editoriale L’identità difficile*, in “Linea grafica”, 1, 1998, 10-11

Baule, G., *L’immagine pallida delle news*, in “Linea grafica”, 1, 1998, 22-29

Baule, G., *editoriale Le tracce*, in “Linea grafica”, 2, 1998, 10-11

Baule, G., *editoriale Alle soglie dell’infografica*, in “Linea grafica”, 3, 1998, 10-11

Baule, G., *Grafica: una storia innavertita?*, in “Linea grafica”, 3, 1998, 12-19

Baule, G., *editoriale Il paradosso digitale*, in “Linea grafica”, 4, 1998, 10-11

Baule, G. *Siti di immagine*, in “Linea grafica”, 4, 1998, 12-19

Baule, G., *editoriale Comunicazione globale*, in “Linea grafica”, 5, 1998, 10-11

Baule, G., *Dalle reti alla rete*, in “Linea grafica”, 5, 1998, 12-21

Baule, G., *editoriale L’effetto Alka Seltzer*, in “Linea grafica”, 6, 1998, 12-13

Baule, G., *Il film nella rete*, in “Linea grafica”, 6, 1998, 14-23

Baule, G., *editoriale La grafica del flusso*, in “Linea grafica”, 1, 1999, 8-9

Baule, G., *Il libro nella rete*, in “Linea grafica”, 1, 1999, 10-21

Baule, G., *editoriale Figli della comunicazione breve*, in “Linea grafica”, 2, 1999, 12-13

Baule, G., *La neosigla*, in “Linea grafica”, 2, 1999, 14-25

Baule, G., *editoriale L’immagine profonda*, in “Linea grafica”, 3, 1999, 12-13

Baule, G., Verso l’ipersigla, in “Linea grafica”, 3, 1999, 14-25

Baule, G., *Web/design*, in “Linea grafica”, 4, 1999, 12-13

Baule, G., *Ibridi nella trama della comunicazione*, in “Linea grafica”, 5, 1999, 12-13

Baule, G., *Che cos’è il web design*, in “Linea grafica”, 6, 1999, 12-13

Baule, G., editoriale Il millennio di carta, in “Linea grafica”, 1, 2000, 12-13

Baule, G., *Cromotipi web*, in “Linea grafica”, 1, 2000, 14-23

Baule, G., *editoriale Notazioni multimediali*, in “Linea grafica”, 3, 2000, 18-19

Baule, G., *Cronotipi web*, in “Linea grafica”, 3, §2000, 20-29

Baule, G., *editoriale Ipervisibilità*, in “Linea grafica”, 4, 2000, 18-19

Baule, G., *Cinetipi web*, in “Linea grafica”, 4, 2000, 20-29

Baule, G., *editoriale Le due generazioni*, in “Linea grafica”, 5, 2000, 18-19

Baule, G., *editoriale Il design della comunicazione*, in “Linea grafica”, 6, 2000, 18-19

Baule, G., *editoriale Profili dell'innovazione*, in "Linea grafica", 1, 2001, 18-19

Baule, G., *editoriale Supporti*, in "Linea grafica", 2, 2001, 18-19

Baule, G., *editoriale Comunicatività*, in "Linea grafica", 3, 2001, 18-19

Baule, G., *Architetture della diversità*, in "Linea grafica", 5, 2001,18-25

Baule, G., *editoriale e-design*, in "Linea grafica", 2, 2002, 16-17

Baule, G., *editoriale Comunicazione liquida*, in "Linea grafica", 3, 2002, 18-19

Baule, G., *editoriale Etica della transizione*, in "Linea grafica", 4, 2002, 14-15

Baule, G., *La linea grafica del web*, in "Linea grafica", 4, 2002, 16-21

Baule, G., *editoriale Rimediazioni*, in "Linea grafica", 5, 2002, 16-17

Baule, G., *Ibridi televisivi*, in "Linea grafica", 5, 2002, 18-25

Baule, G., *editoriale Variazioni di identità*, in "Linea grafica", 6, 2002, 18-19

Baule, G, *editoriale Photoshop postmoderno*, in "Linea grafica", 2, 2003, 18-19

Baule, G., *Artefatti di identità*, in "Linea grafica", 2, 2003, 20-29

Baule, G., *editoriale Nella rete della memoria*, in "Linea grafica", 4, 2003, 14-15

Baule, G., *Segni dal flusso*, in "Linea grafica", 4, 2003, 16-25

Baule, G., *Scritture mobili*, in "Linea grafica", 5, 2003, 18-25

Baule, G., *editoriale e-dologie*, in "Linea grafica", 6, 2003, 14-15

Baule, G., *editoriale Il sistema della creatività*, in "Linea grafica", 4, 2004, 12-13

Baule, G., *Le due generazioni*, in "Linea grafica", 329, 2006, 18-19

Baule, G., *I limiti del digitale*, in "Linea grafica", 364, 2006, 12-13

Baule, G., *La Carta del Progetto Grafico venticinque anni dopo. Una rilettura*, in AIS/Design Journal. Storie e Ricerche", 6, settembre 2015. Disponibile online: www.aisdesign.org/aisd/la-carta-del-progetto-grafico-venticinque-anni-rilettura (03.05.2019)

Bazzichelli, T., *Networking. La rete come arte*, Milano: Costa & Nolan, 2006

Bellati, N., *Nuovo design italiano*, Milano: Rizzoli, 1991

Benedek, A., *The craft of digital type*, in "Eye", 2, 1990. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-craft-of-digital-type

Bergamini, D., (a cura di), *New Media italian design*, Milano: Italian Press Multimedia, 1997

Berger, W., *What makes David Carson tick*, in "Affiche", 14, luglio 1995, 46-55

Berlusconi, G., *Come cambia il sistema poligrafico*, in "Linea grafica", 3, 1987, 54-55

Bertolazzi, C., *Il primo fumetto a computer*, in "Frigidaire", 42, 1984, 21

Bertolino, L., *In rete con la città*, in "Linea grafica", 3, 1997, 32-36

Blackwell, L., *Caratteri e tipografia del XX secolo*, Bologna: Zanichelli, (V ed.), 1999

Blackwell, L., *The end of print: the graphic design of David Carson*, London: Laurence King Publishing, seconda edizione, 2000

Blackwell, L., Brody, N., *G1 New dimension in graphic design*, London: Laurence King Publishing, 1996

Blauvelt, A., *A selection of Design Quarterly*, in walkerart.org/magazine/design-quarterly-andrew-blauvelt

Bloom, S., *I 30 segreti di Atari*, in "Computer Games", 2, maggio 1984, 44-47

Boemia, G., *Il TG1: evoluzione comunicativo-linguistica in 30 anni di storia (1976-2006)*, in "Lunarionuovo", 48, 2012 Disponibile online su: www.lunarionuovo.it/il-tg1-evoluzione-comunicativo-linguistica-in-30-anni-di-storia-1976-2006-2/

Bollini, L., *Comunicazioni visive*, in "Linea grafica", 3, 1998, 20-21

Bonsiepe, G., Il progetto dell'interfaccia, in "Linea grafica", 3, 1991, 14-24

Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography now: the next wave*, London: Booth-Clibborn, 1991

Booth-Clibborn, E., Poynor, R. (a cura di), *Typography now two: the implosion*, London: Booth-Clibborn, 2000

Bordini, S., Gallo, F. (a cura di), *All'alba dell'arte digitale. Il Festival arte elettronica di Camerino*, Sesto San Giovanni: Mimesis, 2018

Botta, G., *Arriva la computer-art*, in "L'Unità", giovedì 19 gennaio 1984, 13

Branzaglia, C., *La copia come ricerca*, in "Linea grafica", 5, 1987, 42-49

Branzaglia, C., (a cura di), *Beppe Chia, Cosetta Gardini, Giuseppe Tolo. Quaderni di San Sebastiano*, 18-30.06 1988, Forlì, 1988

Branzaglia, C., *La copia e l'elettronica*, in "Linea grafica", 2, 1988, 44-51

Branzaglia, C., *Festival di arte elettronica, Camerino*, in "Linea grafica", 2, 1988, 56

Branzaglia, C., *Segni e atmosfere nell'Emilia Romagna del XX secolo*, in "Linea grafica", 3, 1988, 52

Branzaglia, C., *La grafica in copia*, in "Linea grafica", 5, 1988, 34-43

Branzaglia, C., (a cura di), *Giovanni Tommaso Garattoni, Alessandro Manfredini, Bob Rontani. Quaderni di San Sebastiano*, 18.2-01.03 1989, Forlì, 1989

Branzaglia, C., *L'immagine della notte*, in "Linea grafica", 4, 1989, 24-31

Branzaglia, C., *Ologrammi, immagini per il futuro*, in "Linea grafica", 4, 1989, 54-55

Branzaglia, C., *Nuovi mensili di immagine*, in "Linea grafica", 6, 1989, 20-29

Branzaglia, C., *Immagine della musica*, in "Linea grafica", 3, 1990, 30-39

Branzaglia, C., *Sull'editoria underground*, in "Linea grafica", 1, 1993, 56-63

Branzaglia, C., *Fotocopie. L'uso creativo della fotocopiatrice nella comunicazione visiva*, Milano: Azzurra Editore, 1994

Branzaglia, C., *Icone della notte*, in "Linea grafica", 5, 1994, 56-63

Branzaglia, C., *Caratteri e stile*, in "Linea grafica", 2, 1995, 44-55

Branzaglia, C., *Questioni di stile*, in "Linea grafica", 1, 1996, 34-43

Branzaglia, C., *Segnali dal video*, in "Linea grafica", 2, 1996, 12-21

Branzaglia, C., *Stili per la musica pop*, in "Linea grafica", 6, 1996, 12-21

Branzaglia, C., *Nigthwave 1996: grafica oltre la grafica*, in "Notizie Aiap", 4/5, 1996, 20

Branzaglia, C., *L'edicola virtuale*, in "Linea grafica", 3, 1997, 60-64

Branzaglia, C., *Un catalogo per l'opera totale*, in "Linea grafica", 5, 1997, 60-64

Branzaglia, C., *Prima del digitale/Le pagine di Tamburini*, in "Linea grafica", 6, 1997, 44-49

Branzaglia, C., *Il design dell'interazione. Nigthwave 1997*, in "Notizie Aiap", 7, 1997, 18

Branzaglia, C., (a cura di), *NightWave. Atti del convegno*, Milano: Costa&Nolan, 1998

Branzaglia, C., *Il mondo visto da altrove*, in "Linea grafica", 2, 1999, 26-35

Branzaglia, C., *1998: Typeface design*, in "Notizie Aiap", 8/9, 1999, 45

Branzaglia, C., *Di giovani e luoghi*, in "Linea grafica", 6, 2000, 48-53

Branzaglia, C., *New Visual Trends*, in "Notizie Aiap", 11, 2001, 69

Branzaglia, C., *Tracks. Esperienze di grafica progettata*, Milano: Integrata Editrice, 2003

Branzaglia, C., *Marginali: iconografie delle culture alternative,* Roma: Castelvecchi, 2004

Branzaglia, C., Garattoni, G.T. (a cura di), *Rimini Underground. Le avanguardie grafiche anni '80*, Rimini: GuaraldiLAB, 2017

Brody, D., Clark, H., *The current state of design history*, in "Journal of design history", vol.22, 4, 2009, 303-308. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/25653133?seq=1

Brody, N., Wozencroft, J., *Fuse 1-20*, Köln: Taschen, 2012

Brown, P., *Redefining corporate design*

standards for desktop publishing, in "LEONARDO, Computer Art in Context Supplemental Issue", 2, 1989, 63-65. Disponibile onlne: www.jstor.org/stable/1557947

Brown, Robert K., *Green, white red. Focus on Italian*, in "Affiche", 7, 1993, 26-35

Brugiolo, S., *Tapiro graphic design*, Milano: Electa/Sds, 2002

Brunelli, P. P., *Grafico: professione mutante*, in "Linea grafica", 4, 2001, 54-61

Brunelli, P. P., *Grafica TV*, in "Linea grafica", 5, 2001, 64-71

Bucchetti, V., *Design di rete*, in "Linea grafica", 1, 1994, 8-19

Bucchetti, V., *Trame virtuali*, in "Linea grafica", 6, 1995, 26-33

Bucchetti, V., *Nuovi segni*, in "Linea grafica", 2, 1997, 36-45

Bucchetti, V., *Interfacce su carta*, in "Linea grafica", 3, 1997, 44-49

Bucchetti, V., *Una nuova raffigurazione*, in "Linea grafica", 6, 1997, 36-43

Bucci, B., *Emigre: linguaggio della tecnologia*, in "Ugo", 18, luglio-agosto, 1994, 6-7

Burke, M., Holt, M., Johnston, S., Muir, H., *86.1*, in "Octavo. Journal of typography", 1, 1986, 3

Burke, M., Holt, M., Johnston, S., Muir, H., *90.7*, in "Octavo. Journal of typography", 7, 1990, 2

Burns, D., *Designers on Mac*, Tokyo: Graphic-sha Pubblishing, 1992

C

Caffarelli, E., *«Mister Fantasy». Musica da vedere*, in "Radiocorriere TV", 19, 1981, 32-33

Calabrese, O., *L'età videobarocca*, in "L'Unità", venerdì 01 giugno 1984, 9

Campana, M., *Graffiti stregati, progetti di Graphiti*, in "Linea grafica", 1, 1989, 32-37

Campana, M., *Nuova grafica. Progetti di Elisabetta Ognibene*, in "Linea grafica", 1, 1990, 28-35

Campana, M., *Grafico di rete*, in "Linea grafica", 3, 1992, 48-55

Campana, M., *La pagina e il computer*, in "Linea grafica", 5, 1992, 38-45

Campana, M., *Progetto scrittura*, in "Linea grafica", 6, 1992, 48-53

Campana, M., *Altra comunicazione*, in "Linea grafica", 4, 2000, 58-63

Campana, M., *Storie di mediazione: le donne e la cultura del design in Italia*, in Riccini, R. (a cura di), *Angelica e Bradamante: le donne del design*, Padova: Il poligrafo, 2017

Camuffo, G., *Pacific Wave: Californian Graphic Design*, Udine: Magnus, 1987

Camuffo, G., (a cura di), *New pop: illustrazione americana*, Tavagnacco: Edizioni grafiche friulane, 1995

Camuffo, G., (a cura di), *Grafici Italiani*, Venezia: Canal & Stamperia, 1996

Camuffo, G., (a cura di), *Friends*, Venezia: Studio Camuffo, 2001

Camuffo, G., (a cura di), *Red, wine and green: 24 italian graphic designer*, Venezia: Studio Camuffo, 2004

Camuffo, G., Piazza, M., Vinti, C., (a cura di), *TDM 5: Grafica italiana*, catalogo della mostra Triennale Design Museum, Milano, 14.04.2012-24.02.2014, Mantova: Corraini, 2012

Cannizzaro, P., *Il pulsante leggero*, in "Video Magazine", 49, 78-83

Caporaso, G., Giacomelli, M., *Interfaccia per la tv interattiva*, in "Linea grafica", 6, 1996, 46-53

Cappelli, C., *Propaganda addio. La FGCI a Modena negli anni Ottanta*, Roma: Bradypus Editore, 2018

Cappucci, P. L., *Intorno all'olografia*, in "Linea grafica", 2, 1987, 34-43

Cappucci, P. L., *Intorno all'olografia*, in "Linea grafica", 4, 1987, 34-43

Cappucci, P. L., *Olo-grafia editoriale*, in "Linea grafica", 4, 1988, 50-56

Cappucci, P. L., *Nuovi strumenti della rappresentazione*, in "Linea grafica", 1, 1989, 54-61

Cappucci, P. L., *Mostra, Nuove prospettive dello sguardo*, in "Linea grafica", 3, 1989, 48-57

Cappucci, P. L., *Nuove prospettive dello sguardo*, in "Linea grafica", 5, 1989, 48-57

Cappucci, P. L., *La realtà restituita*, in "Linea grafica", 6, 1989, 36-45

Cappucci, P. L., *Arte della comunicazione*, in "Linea grafica", 1, 1990, 44-53

Cappucci, P. L., *Tecnologie della comunicazione*, in "Linea grafica", 3, 1990, 48-55

Cappucci, P. L., *L'immagine elettronica. L'espansione dell'universo numerico: tecniche e linguaggi*, in "Linea grafica", 5, 1990, 68-59

Cappucci, P. L., *Ultime nuove immagini*, in "Linea grafica", 1, 1991, 38-47

Cappucci, P. L., *Comunicare con tatto*, in "Linea grafica", 5, 1991, 44-51

Cappucci, P. L., *Computer identities*, in "Linea grafica", 1, 1992, 62-73

Cappucci, P. L., *Modi della computergrafica*, in "Linea grafica", 3, 1992, 44-47

Cappucci, P. L., *Rappresentazione e simulazione*, in "Linea grafica", 5, 1992, 10-19

Cappucci, P. L., *Mitologie virtuali*, in "Linea grafica", 2, 1993, 22-31

Cappucci, P. L., *Vita di mondi possibili*, in "Linea grafica", 5, 1993, 48-57

Cappucci, P. L., *Nuove dimensioni della comunicazione*, in "Linea grafica", 2, 1994, 22-33

Cappucci, P. L., *Interfacce non esclusive*, in "Linea grafica", 6, 1994, 48-57

Carichini, M., *Doppio gioco*, in "Abitare", 399, 2001, 172-173

Carichini, M., *Jazzing&swinging*, in "Abitare", 402, 2001, 102-103

Carichini, M., *What's new in type design*, in "Creative Review", vol. 21, 4, 2001, 12-13

Carrara, P., *L'arte italiana in digitale*, in "Linea grafica", 1, 1996, 50-53

Carter, M., T*ypography and current technologies*, in "Design quarterly", 148, 1990, 55-64. Disponibile online: www.jstor.org/stable/4091233

Carter, R., *American Typography Today*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1989

Carter, R., *Experimental typography. Computer type*, New York: Watson-Guptill Publication, 1997

Casciani, S., Del Gatto, A., *Lezioni di design. Comunicazione grafica, Ugo Gregoretti intervista Giovanni Lussu*, 1999. Disponibile online: www.raiscuola.rai.it/articoli/comunicazione-grafica-lezioni-di-design/7103/default.aspx (8.6.2018)

Casciani, S., Del Gatto, A., *Lezioni di design. Contaminazioni di linguaggi, Ugo Gregoretti intervista Giovanni Anceschi*, 1999. Disponibile online: www.raiscuola.rai.it/articoli/cultura-visiva-contaminazione-di-linguaggi/7111/default.aspx (8.6.2018)

Casini, B., (a cura di), *Frequenze fiorentine. Firenze anni '80*, Roma: Arcana, 2003

Castagnotto, U., *Il lessico della comunicazione visiva*, Torino: Gruppo Editoriale Forma, 1983

Catricalà, V., Leuzzi, V., *Cronologia della videoarte italiana 1952-1992*, in Leuzzi L., Partridge, S., *REWIND | Italia, Early Video Art in Italy: I primi anni della videoarte in Italia*, Eastleigh UK: John Libbey Publishing, 2016, 319-334

Castagnotto, U., *Il lessico della comunicazione visiva*, Torino: Gruppo Editoriale Forma, 1983

Ceccarini, S., *Punto informativo per l'arte*, in "Linea grafica", 3, 1994, 26-33

Ceppi, G., *Immagine della globalizzazione*, in "Linea grafica", 5, 1998, 22-31

Chorafas, D., *Il computer addomesticato: le nuove prospettive del personal computer, della telematica e del Videotext interattivo nelle grandi organizzazioni*, Milano: Franco Angeli, 1982

Clough, J., *Letters from Italy*, in "Eye", vol. 21, 84, 2012, 98-99

Cocuccioni, E., *Computer graphics*, in "Fashion", 741, 1985

Codeluppi, V., *Strategie reggiane*, in "Alfabeta", 72, 1985, 25

Colombo, F., *Breve storia teorica della Computer Grapichs*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 9, 1990, 42-47

Colonetti, A., *Il carattere: l’abc della grafica*, in “Linea grafica”, 4, 1985, 4-17

Colonetti, A., *La sigla televisiva: il sipario come spettacolo*, in “Linea grafica”, 2, 1986, 22-31

Colonetti, A., *La grafica diffusa*, in “Linea grafica”, 6, 1987, 14-27

Colonetti, A., *Quotidiani anni ’90*, in “Linea grafica”, 2, 1990, 18-25

Consalez, L., *Tra computer e animazione*, in “Linea grafica”, 5, 1991, 62-67

Compagnoni, A., *Italia ’80. Il rock indipendente italiano negli anni Ottanta*, Pavia: Edizioni Apache, 2004

Conte, L., *Les états généraux de la culture de 1987, un appel tardif à la modernité pour le graphisme français,* in Laurent, S. (a cura di), *Une émergence du design. France 20e siècle*, Paris, site de l’HiCSA, octobre 2019, 144-163

Cooper, M., *Computer and design*, in “Design quarterly”, 142, 1989, 3-31. Disponibile online: www.jstor.org/stable/4091189

Costa, M., *Sull’essenza delle nuove immagini*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 2, 1986, 7-16

Costa, M., *L’estetica dei media: avanguardia e tecnologia*, Roma: Castelvecchi, 1999

Crespi, A., *Storie di computer*, in “L’Unità”, 5.12.1985

Crespi, A., *Chiudi i sogni in un computer*, in “L’Unità”, martedì 07 gennaio 1986, 13

Curi, G., *Salso 1. VideoMusica. 100 Video*, Milano: Arti Grafiche Leva, 1983

D

Dalla Mura, M., Vinti, C., *The Island of Italian Design? Some notes for questioning a lon-lived myth*, in AA. VV. (a cura di), *Design frontiers: territories, concepts, technologies*, ICDHS São Paolo, 2012, 120-124

Dalla Mura, M., Vinti, C., *A historiography of Italian Design, in Fallan*, K., Lees-Maffei, G., (a cura di), *Made in Italy. Rethinking a century of Italian Design*, London: Bloomsbury, 2014, 35-55

Dalla Mura, M., Riccini, R., Vinti, C.,(a cura di), *Gli anni del contatto: graphic design, nuove tecnologie e nuovi media*, in “AIS/Design Journal. Storie e Ricerche”, 8, ottobre 2016. Disponibile online: www.aisdesign.org/aisd/archivio-aisdesign-storia-e-ricerche#ser6 (1.06.2018)

Dalla Mura, M., *Effetti di un’evoluzione rivoluzionaria*, in Bassi, A., Bulegato, F., *Salvatore Gregorietti. Un progetto lungo cinquant’anni*, Milano: Skira, 2017, 134-145

D’Ambrosio, G., Grimaldi P., *Entrare in campo: la videografica di Convertino*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 9, 1990, 122-127

D’Ambrosio, G., Grimaldi P., *Editoriale. Dalla metà degli anni ottanta*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 15, 1995, 10-11

D’Antonio, V., *Il layout e i media*, in “Linea grafica”, 5, 2000, 70-73

Dauppe, M. A, *Get the message?*, in “Eye”, 3, 1991. Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/get-the-message

Dauppe, M. A., *Spiritual values in digital age*, in “Eye”, 13, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/spiritual-values-in-a-digital-age

Dauppe, M.A., *Agents of change convene in Berlin*, in “Eye”, 20, 1996. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/agents-of-change-convene-in-berlin

De Bondt, S., De Smet, C., *Graphic Design: History in the Writing (1983-2011)*, London: Occasional Papers, 2014

De Candia, M., *L’arte elettronica in scena a Camerino*, in “La Repubblica”, 20 ottobre 1987. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1987/10/20/arte-elettronica-in-scena-camerino.html

De Iulis, P., *Crollo nervoso – La New Wave italiana degli anni ’80*, documentario, Spittle Records, 2008

De Robertis, P., *L’immagine della Prima Biennale della Grafica di Cattolica*, in “Grafica”, 0, 1985, 71-78

Dhillon, K., *Graphic design: history in making*, Conference report, in *West 86th*, vol. 19, 1 Spring-Summer 2012, 169-171. Disponibile online: www.jstor.org/stable/10.1086/665695 (28.05.2018)

Di Marino, B., *Il segno mobile. Graphic design e comunicazione audivisiva*, Milano: Bietti, 2016

Di Marino, B., *Studio Convertino, un segno tra video e musica*, in “Alias”, 30.12.2017. Disponibile online: ilmanifesto.it/studio-convertino-un-segno-tra-video-e-musica/ (6.06.2018)

Di Crosta, M., *Memorie ottiche*, in “Linea grafica”, 3, 1988, 44-49

Dolzani, F., *Il gioco di nessuno. La forma biennale tra Venezia e Parigi nel dopoguerra fino agli anni Ottanta*, in Portinari, S., Stringa, N., (a cura di), *Storia della Biennale di Venezia*, Venezia: Ca’ Foscari Digital Publishig, 2020, 201-211

Dooley, M., *Critical conditions: Zuzana Licko, Rudy VanderLans and the Emigre spirit*, in www.emigre.com/Essays/Emigre/CriticalConditionsandtheEmigreSpirit

Dradi, M., *A Bologna una giornata tutta di graphic emotion*, in “Linea grafica”, 3-4, 1984, 24-29

Dradi, M., *Il congresso AGI in Italia*, in “Linea grafica”, 5-6, 1984, 25-31

Dr. Flohr, H., I *ruolo dei calcolatori nelle comunicazioni visive*, in “Poliedro”, 4, 1967, 21-26

E

Eskilson, S.,*Contemporary graphic design*, in Eskilson, S., *Graphic design: a new history*, New Haven, CT: Yale Press University, seconda edizione, 2012, 370-431

Evola, D., *Quell’immagine della Rai*, in “L’Unità”, giovedì 03 marzo 1986, 12

Evola, D., *A Camerino l’arte vista dal computer*, in “L’Unità”, martedì 28 ottobre 1986, 12

Evola, D., *Krypton quanta arte nel computer*, in “L’Unità”, lunedì 10 agosto 1987, 8

Evola, D., *Informazione televisiva, videoarte, restauri l’elettronica a Camerino*, in “L’Unità”, giovedì 15 settembre 1988, 18

Evola, D., *Da Camerino il video parte per l’Europa*, in “L’Unità”, mercoledì 05 ottobre 1988, 25

F

Face, A., *Immagina*, in “Radiocorriere TV”, 17, 1988, 47

Fagone, V., *Sintetiche e sofisticate*, in “Video Magazine”, 51-52, 1986, 90-95

Fallan, K., Lees-Maffei, G., *Introduction: the history of Italian Design*, in Fallan, K., Lees-Maffei, G., (a cura di), *Made in Italy. Rethinking a century of Italian Design*, London: Bloomsbury, 2014, 1-33

Farrelly, L., *The keyboards that ate the world*, in “Eye”, 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-keyboards-that-ate-the-world

Fioravanti, G., *Il manuale del grafico: guida alla progettazione grafica e all’impaginazione del prodotto editoriale*, Bologna: Zanichelli, 1984

Fioravanti, G., *Il dizionario del grafico*, Bologna: Zanichelli, 1987

Fioravanti, G., Passatelli, L., Sfligiotti, S., *La grafica in Italia*, Milano: Leonardo Arte, 1997

Fioravanti, G., Sfligiotti, S., *Notizie storiche e informazioni tecniche per chi stampa e per chi fa stampare*, II ed. Bologna: Zanichelli, 1997.

Frank, M., *A visual philosopher: Neville Brody*, in D. J. Huppatz, *Design: Critical and Primary Sources*, London: Bloomsbury Academic, 2016, 23-30. Disponibile online: www.bloomsburydesignlibrary.com

Friedrich, O., *The Computer Moves in*, in “Time Magazine”, 3 gennaio 1983. Disponibile online: content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,953632-1,00.html

Friemel, E., *Desk top publishing: un’opportunità da cogliere al volo*, in “Graphicus”, 836, marzo 1988, 34-35

Fuga, G., *Alla fonte del carattere*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, 15-18

Fusco, M. P., *L’arte elettronica. Intanto è cominciata una nuova Babilonia*, in “La Repubblica”, 06 dicembre, 1985. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/

archivio/repubblica/1985/12/06/arte-elettronica-intanto-cominciata-una.html?ref=search

Fusco, M. P., *Se la tv parlasse 'elettronico'*, in "La Repubblica", 05 novembre 1986. Disponibile online: https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1986/11/05/se-la-tv-parlasse-elettronico.html?ref=search

G

Gaggio, F., *Prospettive della computer graphics*, in "Linea grafica", 1, 1988, 30-39

Gagliardi, I., *La Gioconda digitale*, in "Linea grafica", 2, 1996, 54-60

Gallo, F., *Il video al museo: il Centro Video Arte di Palazzo dei Diamanti a Ferrara negli anni '70 e '80*, in "Ricerche di Storia dell'Arte", 88, 2006, 47-62

Gallo, F., *New Media Art: soluzioni espositive italiane negli anni Ottanta*, in "Ricerche di s/confine. Oggetti e pratiche artistico-culturali", 4, 2018, 147-162

Galluzzo, M., *Pane al pane: L'Art Directors Club Milano e la pubblicità italiana tra gli anni sessanta e settanta*, in R. Riccini (a cura di), *Fare ricerca in design: Forum nazionale dei dottorati di ricerca in design*, Padova: Il Poligrafo, 2017, pp. 303-309

Galluzzo, M., *I grafici sono sempre i protagonisti? Pubblicità in Italia 1965-1985, tesi di dottorato*, Università Iuav di Venezia, XXX ciclo, relatore C. Vinti, 2018

Galluzzo, M., *Perché voi non lo sapete come sceglie una cucina la gente vera. La fotografia tra grafica e art direction del Made in Italy*, in "AIS/Design Journal. Storia e Ricerche", n. 14, 2020, 61-90. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/120/191

Garambois, S., *Mr. Fumetto e sig. Fantasy*, in "L'Unità", sabato 26 maggio 1984, 11

Garambois, S., *Un varietà elettronico per Mr. Fantasy*, in "L'Unità", domenica 08 settembre 1985

Garambois, S., *Ecco il campionato: la Rai lo racconterà col computer*, in "L'Unità", venerdì 12 settembre 1986, 18

Garambois, S., *Signori, la tecnogag*, in "L'Unità", giovedì 30 ottobre 1986, 13

Garambois, S., *Immaginando una tv intelligente*, in "L'Unità", mercoledì 30 ottobre 1987, 24

Giannone, G., Mignolo, A., *Giacomo Callo: The Books of Deep Sea Diver*, 2014, in www.youtube.com/watch?v=bkEO7RBQQVM (26.06.2020)

Giardina, A., *Grafica sfumata*, in "Linea grafica", 3, 1998, 22-31

Giardina, A., *Immaginari dell'infografica*, in "Linea grafica", 5, 1998, 40-46

Giardina, A., *Nuove forme tipo/grafiche*, in "Linea grafica", 1, 1999, 26-35

Gigli, F., Risso, G., *Un libro-laboratorio. Scienza e tecnologia della stampa*, in "Linea grafica", 11-12, 1984, 17-32

Giovanotti Mondani Meccanici, *Il colore delle tenebre*, 1985. Disponibile online: https://vimeo.com/6960495

Giovanotti Mondani Meccanici, *Marionetti dirige il traffico*, 1985. Disponibile online: https://vimeo.com/6989239

Giovanotti Mondani Meccanici, *Marionetti trombettiere*, 1985. Disponibile online: https://vimeo.com/6988991

Girandello, G., *Grafici e computer allo Smau*, in "Graphicus", 833, dicembre 1987, 30-31

Giustozzi, C., *Apple computer Macintosh*, in "MC microcomputer", 28, marzo 1984, 44-51

Glucksmann, R., *Telematica: dal viewdata all'office automation. Situazione e prospettive in Italia e nel mondo*, Milano: Jackson Libri, 1982

Gordon, B., Gordon, M., *Guida alla grafica digitale*, Modena: Logos, 2002

Gottschall, E. M, *Graphic communication '80s*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1981

Gottschall, E., *The state of the art in typeface design protection*, in "Visible Language", 19, 1, 1985 149-156. Disponibile online: s3-us-west-2.amazonaws.com/visiblelanguage/pdf/V19N1_1985_E.pdf (31.05.2019)

Grancini, D., *Goodbye Mr Fantasy*, in "Video Magazine", 21, 1983, 41-43

Grasso, M., *La tecnologie? Grazie allo Smau per sei giorni la si può toccare*, in "L'Unità", giovedì 19 settembre 1985

Gregorietti, S., Vassale, E., *Tendenze multimediali nella grafica di fine millennio*, in Gregoretti, S., Vassale, E., *La forma della scrittura: tipologia e storia degli alfabeti dai Sumeri ai giorni nostri*, Milano: Sylvestre Bonnard, ed. riveduta 2007, 331-362

Greiman, A., *Information texture*, in "Octavo. Journal of typography", 1, 1986, 10-11

Greiman, A., *Hybrid imagery: the fusion of technology and graphic design*, London: Architecture design and technology press, 1990

Greiman, A., Janigian, A., *Something for nothing*, East Sussex, UK: RotoVision SA, 2001

Greiman, A., *April Greiman: floting ideas into time and space*, London: Thames and Hudson, 1998

Grimaldi, P., *Dalla grafica al blur design. La comunicazione visiva in Campania*, Milano: Electa, 2007, 29

Guarnaccia, M. (a cura di), *1968-1988: arte psichedelica e controcultura in Italia*, Roma: Stampa alternativa, 1988

Guadagni, A., *L'immagine dei videogiochi*, in "Linea grafica", 1, 1987, 44-49

H

Hamilton, E. A., *Graphic design for the computer age: visual communication for all media*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1970

Hohenegger, A., *Graphic Design: estetica & funzione, tecnica & progettazione*, Roma: Romana Libri alfabeto, 1973

Hollis, R., *New waves: elettronic technology*, in Hollis, R., *Graphic design, a concise history*, London: Thames&Hudson, seconda edizione, 2001, 186-223

Holt, M., Muir, H., *8vo: on the outside*, Zurich: Lars Müller Publishers, 2005

Holt, M., Muir, H., *Octavo redux 1:1. A record of Octavo, journal of typography 1986–1992*, London: Unit Edition, 2017

Horsham, M., *I don't use a Mac but I know a man who can*, in "Eye", 13, 1994. Disponibile online: http://www.eyemagazine.com/opinion/article/i-dont-use-a-mac-but-i-know-a-man-who-can

Huppatz, D. J., *Globalizing Design History and Global Design History*, in "Journal of Design History", vol. 28, n. 2, 2015, 182-202. Disponibile online: https://academic-oup-com.proxy-auth3.iuav.it/jdh/article/28/2/182/389589

I

Iliprandi, G., *Charter of Graphic Design Proposal for a Debate on Visual Communication Design Source*, in "Design Issues", 1, autumn 1991, 67-73. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511455

Iliprandi., G., Steiner, E., *David Carson/ The end of print*, in "Notizie Aiap", 7, 1997, 6-7

Iliprandi, G., *Letterando lettering*, Mantova: Corraini Editore, 2005

Impellizzeri, G., *A volte ritornano: dopo 27 anni riecco i Ciao Fellini*, in https://www.soundwall.it/a-volte-ritornano-dopo-27-anni-riecco-i-ciaofellini/#:~:text=Per%20l'occasione%20incontriamo%20il,scena%20musicale%20italiana%20degli%20anni [8.05.2021]

IRET Informatica, *A ciascuno il proprio computer*, brochure aziendale, Reggio Emilia, 1982

Istat, *Indagine sugli elaboratori elettronici in Italia*, in "Bollettino mensile di statistica", 8, agosto 1968, supplemento straordinario

Istat, *La presenza e l'uso del computer in casa*, in idem, *Musica, sport, computer e altre attività del tempo libero*, Roma 1995, 63-66

J

Jannelli, F., *Graffiti elettronici*, in "Video Magazine", 45-46, 1985, 42-47

Jaspert, W. P., *Lo stato attuale dell'arte, in Massei*, M.R., (a cura di), *Come cambierà l'industria delle comunicazioni*, in "Graphicus", 797, dicembre 1984

K

Kinross, R., *Typography's new priests*, in "Eye", 1, 1990. Disponibile online: www.eyemagazine.

com/review/article/typographys-new-priests

Kinross, R., *Conversation with Richard Hollis on Graphic Design History*, in “Journal of design history”, vol. 5, 1, 1992, 73-90. Disponibile online su: https://www.jstor.org/stable/1315853

Kinross, R., *The digital wave*, in “Eye”, 7, 2, 1992 www.eyemagazine.com/feature/article/the-digital-wave (28.05.2018)

Kisman, M., *Des computer inspireet*, in “TYP”, 1991

L

Labuz, R., *Contemporary graphic design*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1991

Labuz, R., *The computer in graphic design from technology to style*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1993

Lagonigro, P., *Da Mister Fantasy a Immagina. Arte elettronica in tv,* in “piano b. Arti e culture visive”, vol.3, 2, 2018, 146-171

Lagonigro, P., ‘*Schermi Tv al posto di quadri’. Il video nelle mostre degli anni Ottanta in Italia*, in “Ricerche di s/confine. Oggetti e pratiche artistico-culturali”, 4, 2018, 139-146

Lagonigro, P., *Il Manifesto 1985: dal testo critico alla sua traduzione in video. Riflessioni sul recupero del manifesto programmatico nell’ambito della computer art italiana*, in “Arabeschi”, 13, 2019,
164-174

Lamacraft, J., *Relics of vanish word*, in “Eye”, spring 2018.
Disponibile online: http://www.eyemagazine.com/review/article/relics-of-a-vanished-world [30.11.2020]

Langfelder, M., *L’informatica a domicilio*, Feltrinelli: Milano, 1983, 77-84

LCD Graphics, *Grafica riciclata*, Firenze: Editoriale Tosca, 1999

Le Coultre, M. F., Purvis, *A. W., Graphic design 20th century*, Amsterdam: Bis Publishers, 2003

Lee, J., *The rise and the fall of General Electric Corporation Computer department*, in “IEEE. Annals of history of computing”, 17, 1995, 24-25

Lees-Maffei, G., Houze, R., T*he design history reader*, Oxford & New York: Berg Publishers, 2010

Leonardi, A., *Cronache dal mondo dei caratteri*, in “Linea grafica”, 1, 1997, 22-31

Leonardi, A., *Verso il carattere totale*, in “Linea grafica”, 3, 1997, 50-59

Leonardi, A., *La voce delle parole*, in “Linea grafica”, 3, 1998, 34-43

Leonardi, A., *LettError*, in “Linea grafica”, 6, 1998, 24-33

Levit, B., *Graphic means. History of graphic design production*, 2018

Licko, S., *Typesetting and font design from Emigre Graphics*, in “Emigre”, 6, 1986, 9-10

Licko, Z., VanderLans, R., *The new primitives*, in “I.D.”, 2, marzo-aprile 1988, 58-61

Licko, S., VanderLans, R., *Emigre: graphic design in the digital realm*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1993

Lie, I. K., *Ephemeral voices and precarious documents: fixing oral history and grey literature to the design historical record*, in “AIS/Design Journal. Storie e Ricerche”, 10, dicembre 2017. Disponibile online su: www.aisdesign.org/aisd/ephemeral-voices-and-precarious-documents

Link project (a cura di), *Netmage. Piccola enciclopedia dell’immaginario tecnologico: media, arte, comunicazione*, Milano: Mondadori, 2000

Linzmaye, O.W., *Apple Confidential 2.0: the definitive history of the world’s most colorful company*, San Francisco: No Starch Press, 1999

Lovera, A., *Il desk top publishing: rivoluzione nell’editoria*, in “Graphicus”, 836, marzo 1988, 38-39

Lovera, L., *Dal piombo all’elettronica: l’esperienza dell’editore Pirola*, in “Graphicus”, 814, maggio 1986, 8-9

Lovera, L., *Ombre e luci del desktop publishing in un’analisi dell’Eurographic Press*, in “Graphicus”, 838, maggio 1988, 30-31

Lupton, E., Miller, J.A., *Type Writing: Structuralism and Typography*, in “Emigre”, 15, 1990, 25-32

Lupton, E., (a cura di), *Mixing messages. Contemporary graphic design in America*, New York: Princeton Architectural Press, seconda edizione, 1997

Lussu, G., *Tipografia come forma del desiderio*, in “Linea grafica”, 5, 1992, 20-27

Lussu, G., *La lettera uccide*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 1999

M

Magri, L. (a cura di), *Centro Video Arte 1974-1994: Videoarte*, performance, partecipazioni, Ferrara: Gabriele Corbo, 1995

Maiarelli, G., *Nuovi riti della new wave*, in “Linea grafica”, 1, 1994, 30-41

Malagnini, F., *«Tamburo», un videoclip molto italiano*, in “L’Unità”, sabato 05 aprile 1986, 12

Malagnini, F., *Chi sono questi Gmm?*, in “L’Unità”, venerdì 06 giugno 1986, 13

Malagnini, F., *L’arte del telecomando*, in “L’Unità”, sabato 12 luglio 1986, 13

Malagnini, F., *Sogni leggerissimi*, in “L’Unità”, mercoledì 05 novembre 1986, 12

Malagnini, F., *La mia metropoli è un video*, in “L’Unità”, sabato 17 ottobre 1987, 20

Malagnini, F., *Alla velocità del video*, in “L’Unità”, domenica 08 novembre 1987, 24

Malagnini, F., *Ecco la «convention» dell’elettronica*, in “L’Unità”, domenica 31 luglio 1988, 24

Malagnini, F., *Un «video» lungo un mese*, in “L’Unità”, giovedì 25 agosto 1988, 22

Mancusa, M., Pioli, P., *Convertino & Designers/ First.*, Milano: Due Punti Edizioni, 2002

Manfredini, A., (a cura di), *Tribes scribes. Nocturnal design & graphics*, Modena: Happy Books, 1994

Marcadent, S., *Bagliori. Storie di editoria alternativa in Italia*, in AA.VV., *Italiana. L’Italia vista dalla moda 1971-2001*, catalogo della mostra, Palazzo Reale, Milano, 22.02-6.05.2018, Venezia: Marsilio, 2018, 286-295

Marcialis, N., Zanardi, N., *Tanti pennelli in più*, in “Linea grafica”, 3, 1987, 46-53

Marcialis, N., *Animazione tra manualità e computer*, in “Linea grafica”, 2, 1989, 46-51

Margolin, V., *The age of communication: a challenge to designers*, in “Design Issues”, vol. 10, 1, 1994, 65-70. Disponibile online su: www.jstor.com/stable/1511657

Margolin, V., *Design history or design studies: subject matter and methods*, in “Design Issues”, vol. 11, 1, 1995, 4-15. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511610

Margolin, V., *A world history of design and the history of the world author*, in “Journal of Design history”, vol. 18, 3, 2005, 235-243. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/3527284

Margolin, V., *Design in history*, in “Design Issues”, vol. 25, 2, 2009, 94-105. Disponibile online: https://direct.mit.edu/desi/article/25/2/94/68956/Design-in-History?searchresult=1

Marinacci, M., *Atari 800*, in “MC microcomputer”, 1, settembre 1981, 36-43

Marinacci, M., *Apple Macintosh*, in “MC microcomputer”, 27, febbraio 1984, 17

Marlia, S., Sfligiotti, S., *The Missing Link: Loew & Associati*, in “Abitare”, 397, 2000, 124-125

Martens, P., *Legibility*, in “Emigre”, 15, 1990, 2

Martorana, M., Tedesco, D., *Mass publication: a taste for no-taste*, in “Print”, vol. 47, 6, 1993, 84-91

Massarini, C., *Promo video, la nuova frontiera della musica*, in “Radio-correiere TV”, 50, 1981, 117

Massarini, C., *Mister Fantasy allestisce la nuova vetrina*, in “Radiocorriere TV”, 44, 1982, 42-43

Massei, M.R., *Come cambierà l’industria delle comunicazioni*, in “Graphicus”, 797, dicembre 1984, 2-3

Massironi, M., *Il problema del contesto nella comunicazione grafica*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 1, 1986, 12-14

Mastri, M., *L’immagine infinita*, in “Linea grafica”, 2, 1987, 46-55

Mattei, M. G., *Identità videografica*, in “Linea grafica”, 3, 1991, 50-58

Mattei, M. G., *Il disegno del video*, in “Linea grafica”, 4, 1991, 54-63

Mattei, M. G., *Alle radici del nuovo*, in De Kerckhove, D., *Psicotecnologie connettive*, Milano: Egea, 2014, 5

Mazzanti, M., *ID logos*, in “Linea grafica”, 1, 1985, 42-47

Mazzanti, M., *La costruzione del modello*, in “Linea grafica”, 3, 1985, 32-39

McCarthy, S., *Designer-authored histories: graphic design at the Goldstein Museum of design*, in “Design Issue”, vol. 27, 1, 2011, 7-20

McCoy, K., *American graphic design expression*, in “Design Quarterly”, 148, 1990, 3-22. Disponibile online: www.jstor.org/stable/4091231

McDermott, C., *Strett style: british design in the 80s*, London: Design Council, 1987, 55-88

McVarish, E., I*nflection point*, in www.emigre.com/assets/file/pdf/InflectionPoint.pdf (18.06.2018)

Meggs, P., *Outside Milan: 998 Other Points of Light*, in “Print”, vol. 47, 6, 1993, 126-139, 158-159

Meggs, P. B., Purvis, A. W., *The digital revolution – and beyond*, in Meggs, P. B., Purvis, A. W., *Meggs’ History of graphic design*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Inc, quarta edizione, 2006, 571-619

Meo, A., *Pier Giorgio Perotto: una vita dedicata all’informatica*, in “Media Duemila”, 194, marzo, 2002

Mercalli, M., *Come computerizzare il giornale*, in “Graphicus”, 797, dicembre 1984, 4-5

Messina, F., *Francesco Messina. Graphic design*, catalogo della mostra, Pordenone, Galleria Sagittaria, ottobre-novembre 1981, Pordenone: Centro iniziative Culturali, 1981

Messina, F., *Nel doposabato*, corrispondenza mail con l’autrice, 08.04.2019

Ministero della Grafica (a cura di), *Spaghetti grafica: contemporary italian graphic design*, Novara: DeAgostini, 2007

Ministero della Grafica (a cura di), *Spaghetti grafica 2: contemporary italian graphic design*, Milano: Electa, 2009

Miro, M., *Design as discourse*, in “Casabella”, 646, 1997, 38-47

Montefusco, P., *Un sistema per la rete civica*, in “Linea grafica”, 4, 1997, 30-37

Morganti, M., *Parola d’ordine internet*, in “Notizie Aiap”, 4/5, 1996, 2-4

Morpurgo, G., *Grafica di pubblica utilità: la fine di una stagione?*, in “Linea Grafica”, 6, 1986, 4-11

Muller, J., Wiedemann, J., *Graphic design 1960-today*, vol. 2, Koln: Taschen, 2019

N

Negroponte, N., *Essere digitali*, Milano: Sperling & Kupfer, 2004

O

Outhouse, M., *The influence of the postmodernism graphic design genre on contemporary graphic design as analyzed in the context of generic participation*, Graduate and Dissertation, 13507, 2013. Disponibile online su: lib.dr.iastate.edu/etd/13507

Owen, W., *Design in age of digital reproduction*, in “Eye”, 14, 2, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/design-in-the-age-of-digital-reproduction (28.05.2018)

Owen, W., *Fuse’s envelope comes unstuck*, in “Eye”, 16, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/fuses-envelope-comes-unstuck

P

Pagliardini, W., *Grafici e computer*, in “Linea grafica”, 1, 1985, 40-41

Pagliardini, W., *Corso di grafica col computer*, in “Linea grafica”, 4, 1985, 62

Panzeri, M., *Dall’altro mondo. Fortuny graphic a Venezia*, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 21-22

Parolo, L., *Videoarte in Italia anni Settanta. Produzioni, esposizioni, teorie*, in “Sciami | ricerche”, 6, ottobre, 2019, 53-73

Passi, M., *Bambini in prima fila a «giocare» col computer*, in “L’Unità”, sabato 10 settembre 1983, 7

Pellegrino, R., *Susan, la grafica geniale che ha rivoluzionato i pc*, in “Il Giornale”, domenica 12.04.2020

Pesoli, F., T*urbolenza video. Quiete televisiva*, in “Video Magazine”, 69-70, 1987, 56-61

Pesoli, F., *Un certo effetto*, in “Video Magazine”, 61, 1986, 70-71

Perondi, L.,*“Digital type” di Robin Kinross*, in “AIS/Design Journal. Storie e Ricerche”, 8, ottobre 2016. Disponibile online: www.aisdesign.org/aisd/archivio-aisdesign-storia-e-ricerche#ser6 (31.05.2019)

Perotto P., *Programma 101: l’invenzione del personal computer*, Milano: Sperling & Kupfer, 1995

Piazza, M., *Effetti speciali. Progetto grafico: il tempo, l’informatica, la lettura*, in “Stileindustria”, 5, 1996, 54-55

Piazza, M., *La grafica e la tutela del design delle font*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, 1-2

Piazza, M., *Giovani grafici a Milano o nel mondo?*, in Colonetti, A., *Grafica e design a Milano 1933-2000*, Milano: Abitare Segesta, 2001, 232-235

Piazza, M., *Scrivere oggi: Nuova tipografia italiana*, in “Abitare”, 427, 2003, 230-235

Piazza, M., *Rovesciare gli occhi. Grafica e pubblicità negli anni Settanta*, in AA. VV. (a cura di), *In pubblico. Azioni e idee degli anni Settanta in Italia*, Milano: Skira, 2007

Piazza, M., *Graphic design and the history of graphic design in Italy*, in Benincasa A., Camuffo, G., Dalla Mura, M., Upmeier, C., Vinti, C. (a cura di), *Graphic design: history and practice*, Bolzano: bu,press, 2016, 109-132

Pietropaoli, C., *Grafica per internet*, in “Notizie Aiap”, 8/9, 1999, 33

Piozzi, V., *Premessa*, in “Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia”, 0, 1985, 5

Piscitelli, D., *San Francisco, o della creatività collettiva*, in “Linea grafica”, 2, 2004, 40-49

Piscitelli, D., *Voci diverse della New Wave*, in “Linea grafica”, 4, 2004, 50-59

Piscitelli, D., *La stagione della Grafica di Pubblica Utilità: what else?*, in “AIS/Design Journal. Storia e Ricerche”, n. 12-13, 2019-20, 139-158. Disponibile online: www.aisdesign.org/ser/index.php/SeR/article/view/73/70

Poggenpohl, S., *Design journals: context, serendipity and value*, in “Visible language”, 50, 24-47, 2016

Polano, S., *Green White Red. A focus on Contemporary Italian Graphic Designers*, in “Affiche”, 7, settembre 1993, 26-35

Polano, S., *Fortuny Tellers*, in “Creative Review”, marzo, 1995, 50

Polano, S., *Itinerari della grafica italiana del novecento*, in “Casabella” (Milano), 656, maggio 1998, 89-92

Polano, S., *Zuppa digitale*, in www.polano.eu/zib/2004/04/199602-zuppa-digitale.html (29.06.2020)

Polano, S., *Susan Kare*, in “Casabella”, 720, marzo, 2004, 90-93

Polano, S., *Sussidiario, grafica e caratteri moderni*, Milano: Electa 2010

Polistina, A., *Computergraphica: mimesi o retorica?*, in “Linea grafica”, 2, 1986, 42-51

Poole, L., *A tour of Mac Desktop*, in “MacWorld”, aprile 1984, 16-27

Poynor, R., *Reputation: Neville Brody*, in “Eye”, 6, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-neville-brody

Poynor, R., *Is anybody out there reading?*, in “Eye”, 9, 3, 1993 Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/is-anybody-out-there-reading (08.06.2019)

Poynor, R., *The magazine as laboratory bench*, in “Eye”, 12, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-magazine-as-laboratory-bench

Poynor, R., *Design without bounderies: visual communication in transition*, London: Booth Clibborn, 1998

Poynor, R., *Reg Mombassa. Mambo theology*, in “Eye”, 46, winter 2002. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reg-mombassa-text-in-full [28 dicembre 2019]

Poynor, R., *No more rules: Graphic design and postmodernism*, New Haven, CT: Yale

University Press, 2003

Poynor, R., *Out of the studio: graphic design history and visual studies*, in “Design observer”, 01 gennaio 2011, in https://designobserver.com/feature/out-of-the-studio-graphic-design-history-and-visual-studies/24048

Pucci, A., *Facce da Mac*, Milano: Mondadori, 2005

Q

Quaglia, L., *La tribù erotica di Mappletorpe*, in “L’Unità”, lunedì 14 settembre 1985, 16

R

Raffaeli, L., *La grafica e il computer*, in “Linea grafica”, 5-6, 1983, 34-37

R. B., *La grafica e la design californiani in mostra a Venezia*, in “La Repubblica”, 26 settembre 1987

Ronchi, A., *Mario Convertino, inventare la televisione*, in “Abitare”, 351, maggio 1996, 133-134

Roth, S., *The state of design research*, in “Design Issues”, vol. 15, 2, 1999, 18-26. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511839

Rubini, O., Tinti, A. (a cura di), *Non disperdetevi. 1977-1982 San Francisco, New York, Bologna. Le città libere del mondo*, Milano: Shake Edizioni, 2003

Russo, D., *Free graphics. La grafica fuori dalle regole nell’era digitale*, Milano: Lupetti, 2006

S

Sandino, L., *Introduction oral histories and design: objects and subjects*, in “Journal of Design History”, vol.19, 4, 2006, 275-282 Disponibile online: www.jstor.org/stable/4123013?seq=1#page_scan_tab_contents (08.06.2019)

Sandino, L., *Speaking about Things: Oral History as Context*, in “Working papers on design”, 2007
Disponibile online: www.herts.ac.uk/__data/assets/pdf_file/0017/12329/WPD_vol2_sandino.pdf (08.06.2019)

Sartori, M., *Che scandalo, Roland Barthes ha fatto clic!*, in “L’Unità”, martedì 25 ottobre 1983, 13

Satriano, L., *No wave. Contorsionismi e sperimentazioni dal CBGB al Tenax*, Falconara Marittima: Crac Edizioni, 2012

Satriano, L., *Bruno Casini. Firenze tra culture underground e weekend postmoderni*, in www.notteitaliana.eu/persone/bruno-casini-space-electronic/2/ [13.04.2021]

Scaioni, M., *Home computer graphics*, in “Video Magazine”, 60, 62-64

Scarpellini, V., *Lettere anonime*, in “Extra”, 4, 29 gennaio 1996, 38

Scarpellini, V., *Au revoire Extra*, in “Extra”,14, 8 aprile 1996, 28-29

Schaller, S., *Techno-cover for Horace: italian book design of a different kind*, in “Novum”, 11, 1997, 20-25

Schaller, S., *Tapiro*, in “Novum”, 5, 1999, 49-55

Schaller, S., *Vitamina*, in “Novum”, 6, 1999, 74-79

Schaller, S., *Leonardo Sonnoli*, in “Novum”, 8, 1999, 58-63

Schaller,S., *Lcd Graphics*, in “Novum”, settembre 1999, 14-19

Schaller, S., *Mauro Carichini/Studio Limbo*, in “Novum”, 5, 2000, 22-29

Schaller, S., *Leonardi.Wollein*, in “Novum”, 6, 2000, 50-59

Schaller, S., *Alessandra Morcella*, in “Novum”, n.8, 2000, 70-75

Schaller, S., *FM*, in “Novum”, 5, 2001, 16-21

Schaller, S., *Manifesto of letters*, in “Novum”, 7, 2004, 48-49

Schaller, S., Stefano Tonti: teatro del mare, in “Novum”, 11, 2004, 62-65

Scheid, K. G., *Computer printing and graphic design*, in “Design Quarterly”, 66/67, 1966, 52-57. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/4047332

Schiavi, F., *Il copyright nell’epoca del cyberspazio*, in “Notizie Aiap”, 7, 1997, 2-4

Scozzari, F., *Prima pagare poi ricordare. Da «Cannibale» a «Frigidaire». Storia di un manipolo di ragazzi geniali*, Roma: Coniglio Editore, 2004

Sebastiano, U., *Carson, il surfista profeta del design*, in “L’Unità”, mercoledì 15 gennaio 1997, 23

Shaughnessy, A., *Changing attitudes to graphic design history in the digital age*, in Benincasa A., Camuffo, G., Dalla Mura, M., Upmeier, C., Vinti, C. (a cura di), *Graphic design: history and practice*, Bolzano: bu,press, 2016, 133-147

Shaughnessy, A., *Letraset: The DIY Typography Revolution*, London: Unit Editions, 2018

Siebert, J., *Digitales Oktavheft*, in “Screen”, 1, 1993

Seregni, L., *Raccontare le nuove immagini*, in “Linea grafica”, 1, 2000, 44-49

Serito, M. P., *Media e pubblicità, come le nuove tecnologie di comunicazione influiranno sull’organizzazione e l’efficacia del messaggio pubblicitario*, in “Linea grafica”, 7-8, 1984, 24-25

Simone, R. *La terza fase. Forme di sapere che stiamo perdendo*, Bari: Laterza editore, 2000

Sisto, N., *Computer grafica*, in “Rockstar”, 51, dicembre 1984, 30-33

Soi, A., *L’isola dei segni*, in “Linea grafica”, 4, 1995, 40-49

Sparagna, V., *Frigidaire. L’incredibile storia e le sorprendenti avventure della più rivoluzionaria rivista d'arte del mondo,* Milano: Rizzoli, 2008

Staples, L., *What happens when the edges dissolve?*, in “Eye”, 18, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/opinion/article/what-happens-when-the-edges-dissolve

Staples, L., *Typography and the Screen: A Technical Chronology of Digital Typography, 1984-1997*, in “Design Issues”, vol. 16, 3, 2000, 19-34. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/1511813

Susani, M., *Un CD per il design*, in “Linea grafica”, 5, 1996, 56-61

T

Tarantini, L., *Moderna e ineguale l’Italia al computer*, in “L’Unità”, giovedì 07 luglio 1983, 8

Thrift, J., *Reputations: Rudy VanderLans,* in “Eye”, 7, 1992. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-rudy-vanderlans

Thrift, J., *Lussu’s view*, in “Hot graphics International”, 14, 1993, 19

Thrift, J., *8vo: type and structure*, in “Eye”, 37, 10, 2000. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/8vo-type-and-structure (08.06.2019)

Tondelli, P. V., *Un weekend postmoderno. Cronache degli anni Ottanta*, Milano: Bompiani, 2014

Toppins, A., *Can we teach graphic design history without the cult of hero worship?*, 29 maggio 2020, in eyeondesign.aiga.org/can-we-teach-graphic-design-history-without-the-cult-of-hero-worship/

Torri, G., *Incontro europeo delle riviste di grafica, Genova congresso nazionale AIAP*, in “Linea grafica”, 3, 1987, 58-59

Torri, G., *Europa: grafica e computer*, in “Linea grafica”, 3, 1992, 34-43

Torri, G., *Alfabeti del video e del fumetto*, in “Linea grafica”, 5, 1993, 40-47

Torri, G., *Primi piani sulla grafica tedesca,* in “Linea grafica”, 1, 1994, 42-51

Torri, G., *Declinazioni della grafica inglese*, in “Linea grafica”, 3, 1994, 40-51

Torri, G., *Dal manifesto alla grafica dei sistemi*, in “Linea grafica”, 1, 1995, 28-37

Torri, G., *Dal manifesto alla grafica dei sistemi*, in “Linea grafica”, 2, 1995, 28-37

Torri, G., *Lampi di grafica. Diario degli anni Ottanta: dalla Biennale del manifesto di Pubblica Utilità alla Carta del progetto grafico*, Viterbo: Stampa Alternativa & Graffiti, 2019

Trapani, P., *La Scala Web*, in “Linea grafica”, 3, 1997, 24-31

Triggs, T., *New languages and noisy texts*, in “Eye”, 11, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/new-languages-and-noisy-texts

Triggs, T., *Design graphic design history*, in

"Journal of Design history", vol. 22, 4, 2009, 325-340. Disponibile online su: www.jstor.org/stable/25653135

Triggs, T., *Graphic design history: past, present and future*, in "Design Issues", vol. 27, 1, 2011, 3-6

Turchi, D., *Chi ci aiuta a progettare? Il computer, al limite*, in "Grafica: rivista di teoria, storia e metodologia", 6, 1988, 44-47

Turchi, D., *Uno sguardo allo schermo*, in "Notizie Aiap", 8/9, 1999, 18; 25-29

Twemlow, A., *Emigré (1984-2005)*, in AA. VV., *The Bloomsbury Encyclopedia of Design*, vol.1, London: Bloomsbury, 2016, 471-472

Twemlow, A., *Eye (1990-)*, in AA. VV., The Bloomsbury Encyclopedia of Design, vol.1, London: Bloomsbury, 2016, 498

U

Ulrich, F. P., *A brief overview of developments i n digital type design*, in medium.com/@fpeulrich/a-brief-overview-of-developments-in-digital-type-design-561d9e63a122

Unger, G., *Legible?*, in "Emigre", 23, 1992, 4-11

V

van Blokland, E., van Rossum, J., *Is best really better?*, in "Emigre", 18, 1991, 26-27. Disponibile online: https://letterror.com/articles/is-best-really-better.html

VanderLans, R., *Graphic design and the next big thing*, in "Emigre", 39, 1996, 6-11

VanderLans, R., Licko, S., *Ambition and fear,* in "Emigre", 11, 1989, 3

VandeLans, R., *Heritage*, in "Emigre", 14, 1990, 1

VanderLans, R., *Jeffery Keedy*, in "Emigre", 15, 1990, 14

VanderLans, R., *Introduction*, in "Emigre", 23, 1992, 3

Vanzetti, G., *Una rivoluzione nel modo di fare comunicazione visiva*, in "Linea grafica", 5-6, 1983, 34-37

Vida, F., *Immagini Statiche*, in "Video Magazine", 21, 1983, 36-40

Vida, F., *Ricercherò. Ricerche Rai*, in "Video Magazine", 48, 1985, 58-63

Vinti, C., *L'era digitale: dal 1989 a oggi*, in Vinti, C., *Grafica italiana dal 1945 ad oggi*, Milano: Giunti editore, 2016, 43-47

Volli, U., *Ideografie dell'interazione*, in "Linea grafica", 3, 1997, 12-15

W

Weingart, W., *Swiss graphic design today: where are the autonomous young Swiss designers?*, in "Emigre", 14, 1990, 2

Wickens, B., *The desktop repro-house*, in "Eye", 4, 1991. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-desktop-repro-house

Wickens, B., *Photography without film: figital imaging*, in "Eye", 8, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/photography-without-film-Digital-imaging

Wickens, B., *Palette and path finders*, in "Eye", 10, 1993. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/palettes-and-path-finders

Wickens, B., *What you see is not what you get*, in "Eye", 12, 1994. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/what-you-see-is-not-what-you-get;

Wickens, B., *The layers of floating image*, in "Eye", 16, 1995. Disponibile online: www.eyemagazine.com/review/article/the-layers-of-a-floating-image

Wilkins, B., *Type and image*, in "Octavo. Journal of typography", 7, 1990, 14-15 & 20-21

Wilson, C., *Reputation: Richard Hollis*, in "Eye", 59, 15, 2006. Disponibile online: www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-richard-hollis (18.06.2018)

Woodham, J. M., *Local, National and Global: Redrawing the Design Historical Map*, in "Journal of Design History, vol. 18, 3, 2005, 257-267. Disponibile online: www.jstor.org/stable/3527286

Wozencroft, J., *The graphic language of Neville Brody*, London: Thames&Hudson, 1988

Wozencroft, J., *Why Fuse*, in "Fuse", 1, 1991, poster editoriale

Wozencroft, J., T*he graphic language of Neville Brody 2*, London: Thames&Hudson, 1994

Wurster, C., *Computers. An illustrated history,* Köln:Taschen, 2002

Z

Zane, M., *Storia e Memoria del personal computer. Il caso italiano*, Milano: Jaca Book, 2008

Zeli, L., *Pagine da conservare, e-motion & graphic: il convengo di Bologna*, in "Quaderni Aiap", 2, dicembre 1984, 8-11

Zingales, C., *Forever young*, in "Blow up", 275, aprile 2021, 118-125

S.A.

Aperto a Milano il primo computer shop italiano, in "Informatica", 65, dicembre 1978

Apple II, in "m&p Computer", gennaio 1980, 30-38

Apple il computer personale, in "m&p Computer", 19, maggio, 1982

Arrivano i nuovi Commodore?, in "MCmicrocomputer", n. 13, novembre 1982, 18. Disponibili online: https://issuu.com/adpware/docs/mc013/18

Anteprima Commodore?, in "MCmicrocomputer", n. 14, dicembre 1982, 18. Disponibile online: https://issuu.com/adpware/docs/mc014/18

Commodore64, in "MCmicrocomputer" n. 18, aprile 1983, pp. 42-49 Disponibile online: https://issuu.com/adpware/docs/mc018/042

Videorock, videodance come videoarte, in "Linea grafica", 5-6, 1983, 38-39

Linea grafica notizie, Computer graphics, cad, elaborazioni di immagini: sistemi di applicazioni, in "Linea grafica", 3-4, 1984

Linea grafica notizie, Il quotidiano a colori, in "Linea grafica", 3-4, 1984*Metafore della visione*, in "Linea grafica", 3-4, 1984, 34-37

Graphix: un sistema che 'cresce', in "Linea grafica", 5-6, 1984, 55

Nuovi caratteri Compugraphic per modificazione elettronica, in "Graphicus", 796, novembre 1984, 34

The Lost 1984 Video: young Steve Jobs introduces the Macintosh, 1984. Disponibile online: www.youtube.com/watch?v=2B-XwPjn9YY&feature=emb_title

Piccolo dizionario elettronico, in "L'Unità", martedì 06 agosto 1985, 14

Che me ne faccio del computer?, in "Alfabeta", 64, 1984, 38

Computer sotto l'albero, in "Alfabeta", 67, 1984, 38

Nuovi caratteri Compugraphic per modificazione elettronica, in "Graphicus", 796, novembre 1984, 34

42a Esposizione Internazionale d'Arte La Biennale di Venezia. Arte e scienza, catalogo della mostra, Venezia, 29.06-28.09.1986, Milano: Electa, 1986

Mostre, L'image des mots, Parigi, Centre G. Pompidou, in "Linea grafica", 2, 1986, 54

Roberto Barazzuol. Disegno grafico, in "Emigre", 5, 1986, 21-23

Speciale Smau, in "L'Unità", venerdì 19 settembre 1986

Videoarte e comunicazione, Videoarte e comunicazione, in "Linea grafica", 6, 1986, 52-54

Videotizer, in "Video Magazine", n. 60, 1986, 61

Anni '90 dalla parte dell'utilizzatore, in "Graphicus", 833, dicembre 1987, 35

Roberto Barazzuol, in "The international Design yearbook", 176, 1988, 226

Computer image, Immagini per la comunicazione, in "Linea grafica", 2, 1987, 64-65

Rassegne, Sotto il segno della grafica, Milano Fiera, in "Linea grafica", 3, 1987, 58

Aziende, Computer Image: Aesthedes, in "Linea grafica", 5, 1987, 65-67

Rassegne, Premio Imago 1987, IMIAS Fiera di Milano, in “Linea grafica”, 5, 1987, 59

Aziende, Biblioteca dei caratteri Compugraphic, in “Linea grafica”, 6, 1987, 55

Segnalazioni, Pacific Wave, California Design, in “Linea grafica”, 6, 1987, 57

Xenotron: per impaginare testo e grafici, in “Graphicus”, 822, gennaio 1987, 24

Mostre, Pacific Wave. Californian Graphic Design, Palazzo Fortuny Venezia, in “Linea grafica”, 2, 1988, 52-53

Aziende, Computer e grafica, in “Linea grafica”, 3, 1988, 60-61

Ambition/Fear, “Emigre”, 11, 1989

La carta del progetto grafico, 1989 in https://aiap.it/2000-2020/documenti/8046/193.html

Segnalazioni, Memoria del video, 20 anni di eventi video raccolti da Luciano Giaccari, in “Linea grafica”, 1, 1989, 57

Segnalazioni, Editoria da ufficio di F.E. Davis, J. Barry e W. Wiesenberg, in “Linea grafica”, 1, 1989, 66

Pubblicità, Il nuovo creativo ha un partner tecnologico, in “Linea grafica”, 4, 1989, 68-69

Segnalazioni, Introduzione al desktop pubblishing di J. Felici e T.Nace, in “Linea grafica”, 5, 1989, 66

Typeface designs: Zuzana Licko, in “Emigre”, 15, 1990, 8

Segnalazioni, Editoria da tavolo: Il Manuale del desktop publishing, in “Linea grafica”, 2, 1992, 77

Rassegne, Scuola al computer, in “Linea grafica”, 3, 1992, 67

LCD Graphic, in Graphis Design 92: the international annual of design and illustration, Graphis Press, Zurigo 1993, 98-99

Computergrafica, L’illustrazione d’attualità, in “Linea grafica”, 4, 1994, 46-51

Quantel Paintobox training video, 1994. Disponibile online: www.youtube.com/watch?v=c0aSj6PqAKA

Aiap Lombardia, Il progetto digitale, in “Notizie Aiap”, n. 3, 1995, 36-37

Concorsi, CD oltre il gioco, in “Linea grafica”, 5, 1995, 61

Il grafico e il computer. Tre serate per capirne di più, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 27

Il progetto digitale, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 36-36

Galassie. Un convegno sulla progettazione industriale e sulla creatività informatizzata, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 26

Studio Tapiro, in Graphis Design 94: the international annual of design and illustration, Graphis Presss, Zurigo 1995, 98-99

Vittorio Veneto Immagine, progettazione, comunicazione, in “Notizie Aiap”, 3, 1995, 28

By By Mister Fantasy-TV ZONE, Rai Due, marzo 1996

Grafica e computer, Tra cinema e televisione, in “Linea grafica”, 2, 1996, 48-51

Segnalazioni, Taglia & Incolla – Italian Photography & Digital Quality, in “Linea grafica”, 4, 1996, 70

Zapping, Cento facce dell’interattività, in “Linea grafica”, 4, 1996, 42-43

Miti riti design del mondo giovanile: Gianni Sinni, in “Ottagono”, 123, 1997, 54

Grafica editoriale / Pierpaolo Vetta, ciclo di incontri organizzati da Sergio Polano per le attività culturali del DSA-Dipartimento di Storia dell’Architettura, 11.11.1998, Venezia

Ricerca e progetto / Studio Tapiro, ciclo di incontri organizzati da Sergio Polano per le attività culturali del DSA-Dipartimento di Storia dell’Architettura, 26.11.1998, Venezia

Quale grafica? / Giorgio Camuffo, ciclo di incontri organizzati da Sergio Polano per le attività culturali del DSA-Dipartimento di Storia dell’Architettura, 08.10.1998, Venezia

Zapping, Design dei new media, in “Linea grafica”, 3, 1998, 32-33

I percorsi della grafica / Giorgio Camuffo, ciclo di incontri organizzati da Sergio Polano per le attività culturali del DSA-Dipartimento di Storia dell’Architettura, 3.12.1999, Venezia

Libri, Colori e caratteri per lo schermo, in “Linea grafica”, 6, 1999, 66-67

Libri, Hypergraphics, in “Linea grafica”, 6, 1999, 68-69

Offumac, in “ID The International Design Magazine”, vol. 46, 4, 1999, 76

Zapping, Segno, alfabeto, scritture, linguaggi, in “Linea grafica”, 2, 1999, 68-73

Zapping, Una grande mela, in “Linea grafica”, 2, 1999, 74-76

Zapping, Caratteri indiscreti, in “Linea grafica”, 4, 1999, 24-25

Zapping, Vitamina, in “Linea grafica”, 4, 1999, 54-55

Zapping, Grafica di interazione, in “Linea grafica”, 2, 2000, 24-25

Editoria, Riviste, in “Linea grafica”, 3, 2001, 40-43

Miscellanea, Grafica di tendenza, in “Linea grafica”, 4, 2001, 72

Miscellanea, Le nuove frontiere creative del desktop publishing, in “Linea grafica”, 3, 2002, 74-75

Miscellanea, Oltre il publishing desktop verso il network publishing, in “Linea grafica”, 4, 2002, 74-75

An A-Z of digital type foundries, in “Baseline”, 42, 2003, 49-52

Laptop aesthetics, in “Eye”, 49, 13, 2003 www.eyemagazine.com/feature/article/laptop-aesthetics-text-in-full (28.05.2018)

Pincus jasper, print’s international journalist and friend, 24 luglio 2015, in https://printbusiness.co.uk/news/PrintBusiness100581.ink [16.06.2020]

Apple Mac 30 / Thirty yesrs of innovation, 2014 Disponibile online: vimeo.com/84955412 (12.05.2019)

Introduction, in Hendon, Z., Massey, A. (a cura di), *Design, History and Time: New Temporalities in a Digital Age*, London: Bloomsbury Visual Arts, 2019, 1-8. Disponibile online: www.bloomsburydesignlibrary.com

ringraziamenti

In chiusura di tesi, oltre che al termine di un percorso di ricerca durato quasi quattro anni, ringrazio di cuore:

- la mia famiglia, i miei genitori e mio fratello che, nonostante la distanza fisica, hanno sempre creduto in me e mi hanno sostenuto come sempre in questi anni.

- le amiche storiche, in particolare Rosa, che, anche quando sono stata intrattabile e demoralizzata, hanno saputo strapparmi un sorriso.

- la relatrice di questa tesi, Fiorella Bulegato, guida fondamentale per il mio percorso formativo e professionale, la correlatrice Maddalena Dalla Mura, alle quali sono particolarmente grata per la pazienza e la lucidità con cui hanno accompagnato l'avanzamento della mia ricerca. Grazie per la stima che avete riposto in me in questo periodo e per il continuo confronto.

- i testimoni delle vicende analizzate che generosamente mi hanno dedicato parte del loro tempo e permesso di consultare preziosi materiali privati – Roberto Barazzuol, Ottorino Baseggio, Matteo Bologna, Remo Boscariol, Carlo Branzaglia, Giacomo Callo, Giorgio Camuffo, Chiara Caproni, Mauro Carichini, Patrizia Convertino, Patrizia Di Gioia, Maddalena Fabbri, Silvio Fuso, Sebastiano Girardi, Antonio Glessi, Lodovico Gualzetti, Alessio Leonardi, Giovanni, Alessandro Jumbo Manfredini, Graziano Mannu, Maria Grazia Mattei, Sergio Virginio Menichelli, Francesco Messina, Alessandra Morcella, Fabrizio Morelli, Elisabetta Ognibene, Luciano Perondi, Gianluigi Pescolderung, Mario Piazza, Daniela Piscitelli, Sergio Polano, Katia Scarpellini, Fabrizio Schiavi, Silvia Sfligiotti, Gianni Sinni, Paolo Tassinari, Stefano Tonti –.

- gli archivisti degli archivi visitati – Mauro Corbetta dell'Associazione RetroEdicola Videoludica, Bergamo; la dott.ssa Cristina Da Rot dell'Archivio Palazzo Fortuny/sezione del Centro di Documentazione, Venezia; Claudio Donadel dell'Archivio La Bevilacqua La Masa, Venezia; Lorenzo Grazzani del Centro di Documentazione Aiap; Renata e Federica Molinari de La bottega dello sguardo, Bagnacavallo RA; Massimiliano Spina dell'Archivio centrale ISTAT, Roma; Tommaso Tofanetti dell'Archivio La Triennale, Milano.

- Giancarlo Bisazza della biblioteca universitaria dello Iuav per essere sempre stato disponibile a soddisfare le mie richieste più assurde, grazie per la professionalità dimostratami.

Venezia
Settembre 2021