

La trama sottile della grafica

Scritti sugli scritti di Giovanni Baule

Daniele Barbieri / Maresa Bertolo / Valeria Bucchetti / Mara Campana / Elena Caratti / Elio Carmi / Paolo Casati / Giulio Ceppi / Vincenzo D'Abbraccio / Clorinda Sissi Galasso / Marisa Galbiati / Francesco Ermanno Guida / Luciana Gunetti / Vittorio Marchetta / Francesco Marsciani / Claude Marzotto Caotorta / Maurizio Minoggio / Vando Pagliardini / Clelia Pallotta / Paola Pallottino / Anty Pansera / Antonella Penati / Mario Piazza / Margherita Pillan / Silvia Pizzocaro / Marco Quaggiotto / Raimonda Riccini / Dina Riccò / Dario Scodeller / Francesco Siliato / Anna Steiner / Umberto Tolino / Gianfranco Torri / Salvatore Zingale



© 2022 Nomos Edizioni

ISBN 979-12-5958-076-4

Tutti i diritti riservati.
Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo elettronico, meccanico o altro senza l'autorizzazione scritta degli Autori, dei proprietari dei diritti e dell'Editore.

Nomos Edizioni
via Piave, 15
21052 Busto Arsizio (VA)
t +39 0331.382339
www.nomosedizioni.it
info@nomosedizioni.it

Stampato in Italia
Finito di stampare
nel mese di settembre 2022
da Geca s.r.l.,
San Giuliano Milanese (MI)

Art direction
e progetto grafico
Francesca Casnati

Editing
Laura de Tomasi

Font
Ivy Journal, progettato da Jan Maack (Ivy Foundry),
IBM Plex Sans, progettato da Mike Abbink, Paul van der Laan, and Pieter van Rosmalen (IBM)

Carta
Copertina: Fedrigoni Arena
Extra White Smooth,
pagine interne: Burgo Selena
FSC

La trama sottile della grafica

Scritti sugli scritti di Giovanni Baule

- [09] Introduzione → Valeria Bucchetti, Salvatore Zingale
- [15] I segni dell'amicizia → Vando Pagliardini
- [16] 283-1993 / **Europa della grafica**
I manifesti dell'Est: ripensare il 1989 → Gianfranco Torri
- [26] 284-1993 / **Una nuova visibilità**
Guardare per capire → Silvia Pizzocaro
- [32] 287-1993 / **Nuova grafica, nuovi media**
Un nuovo orizzonte di comunicazione → Marisa Galbiati
- [38] 290-1994 / **Traduzioni**
Il paradigma traduttivo nell'editoria periodica indipendente → Elena Caratti
- [44] 292-1994 / **Parole/figure**
Parole e figure, leggere e guardare → Daniele Barbieri
- [50] 300-1995 / **L'arcipelago della grafica**
La scrittura naviga a vista → Mario Piazza
- [54] 304-1996 / **Laboratorio della transizione**
Tre parole. Rivoluzione. Transizione. ... → Raimonda Riccini
- [60] 306-1996 / **Segni dei tempi**
Tempi dei segni → Giulio Ceppi
- [66] 310-1997 / **Sulla ragione informatica**
Sulla ragione computazionale → Marco Quaggiotto
- [72] 312-1997 / **Il testo senza volto**
Il volto del testo → Francesco Marsciani

- [78] 313-1998 / **L'identità difficile**
Contaminazione → Elio Carmi
- [84] 316-1998 / **Il paradosso digitale**
Il bit, il segno e il punto → Margherita Pillan
- [90] 319-1999 / **La grafica di flusso**
Tutto il mondo scorre → Vincenzo D'Abbraccio
- [96] 320-1999 / **Figli della comunicazione breve**
Comunità di autori digitali → Umberto Tolino
- [102] 321-1999 / **L'immagine profonda**
Alla ricerca dell'illustrazione profonda → Paola Pallottino
- [108] 325-2000 / **Il millennio di carta**
Una nuova percezione del futuro → Luciana Gunetti
- [114] 327-2000 / **Notazioni multimediali**
Traduzioni sinestesiche → Dina Riccò
- [120] 328-2000 / **Ipervisibilità**
Un potere assediato da sé stesso → Valeria Bucchetti
- [126] 329-2000 / **Le due generazioni**
Padri protervi e figli caparbi → Anna Steiner
- [132] 331-2001 / **Profili dell'innovazione**
Lineamenti. Biografie sociali dell'innovazione → Antonella Penati
- [138] 334-2001 / **Wunderkammer**
Il senso della meraviglia → Maresa Bertolo
- [144] 335-2002 / **Logo/no logo**
Dell'etica e del progetto oltre (no)logo → Francesco E. Guida
- [150] 339-2002 / **Comunicazione liquida**
Onde sonore, serene, più o meno sofferte → Vittorio Marchetta
- [156] 340-2002 / **Etica della transizione**
Progettare, trasmettere, consumare, misurare → Clelia Pallotta,
Francesco Siliato
- [166] 347-2003 / **La 'non comunicazione'**
Variazioni sul 'non' → Salvatore Zingale
- [172] 349-2004 / **Il metodo del montaggio**
Divagazioni intorno a 'il metodo del montaggio' → Dario Scodeller

- [178] 353-2004 / **La comunicazione atipica**
Dalla comunicazione breve ai format per i social → Paolo Casati
- [184] 356-2005 / **Archivi della memoria e del futuro**
I mnemotopi e il bisogno di memoria → Clorinda S. Galasso
- [190] 360-2005 / **L'immagine a pezzi**
Per quale storia → Mara Campana
- [196] 365-2006 / **Riflettere il progetto**
Ieri, oggi, domani → Anty Pansera
- [204] 366-2006 / **Il futuro dell'analogico**
Scorciatoie (lignes de désir) → Claude Marzotto Caotorta
- [210] 371/372-2007 / **È il margine che fa la pagina**
Fuori dalla pagina → Maurizio Minoggio
- [216] Bibliografia
- [228] Biografie

Segni dei tempi

Tempi
dei
segni

LineaGrafica 306-1996

Con Giovanni Baule ho simbolicamente un debito vitalizio. Fu infatti lui, nel lontano 1991, oltre trent'anni fa, a consentirmi di fare la mia prima pubblicazione (scientifica, aggiungerei oggi) su una rivista prestigiosa, quale era appunto *LineaGrafica*. Nella mia formazione, composita e schizofrenica, vi erano allora quattro pilastri irremovibili, che mi hanno accompagnato a partire dai miei studi alla Scuola Politecnica di Design e al Politecnico di Milano fin dalla seconda metà degli anni Ottanta, andando poi ben oltre: *Domus*, *LineaGrafica*, *Modo*, *Photo*; rispettivamente, sinonimi di architettura la prima, grafica e comunicazione la seconda, design la terza, fotografia e storytelling l'ultima. Tranne che con *Photo*, con tutte le altre riviste vi è stata poi una buona intesa editoriale e ne sono orgogliosamente diventato collaboratore nel tempo. Resta il fatto che gli articoli su *LineaGrafica* di Giovanni Anceschi, Maurizio Barberis, Pier Luigi Capucci, Lamberto Pignotti e altri hanno segnato il mio approccio professionale, sviscerando le questioni della comunicazione sensoriale, della sinestesia, del *transfer* tecnologico, temi poi cari alla mia ricerca e pratica progettuale. Tuttavia, vi è un aneddoto che merita di essere riportato. Infatti, il mio primo articolo fu pubblicato su *Area* (di cui Giovanni aveva assunto la direzione) nel 1990 e uscì in edicola con una piccola svista: il giovane autore risultava essere tale Guido Ceppi, e non il sottoscritto. Chiaramente ci rimasi male, ma tanta era la gioia e l'orgoglio di quella prima uscita, che

▼

È singolare il rapporto che si instaura tra tempo e comunicazione. Come singolari sono gli aspetti che di questo rapporto oggi si rendono più visibili. Parliamo dell'organizzazione temporale *interna* che struttura i materiali visivi in modo da suggerirne una fruizione secondo certi ritmi; e di un tempo sociale *esterno* dove il prodotto di comunicazione si colloca e viene fruito; ma soprattutto dei modi con cui i segni, le scritture riflettono sulla propria pelle questo tempo esterno, le forme con cui lo segnano e ne sono segnati. Gli artefatti comunicativi, e i segni stessi che li compongono, si consumano sempre più rapidamente. Il circuito della comunicazione li accoglie, li fagocita e li logora con grande rapidità concedendo loro un tempo di vita sempre più breve. I nuovi segni non sono fatti più per durare; sono meteore, stelle effimere sulla volta celeste del consumo comunicativo. E come tali si configurano. La *mutazione continua*, la *brevità della permanenza* in scena sono condizioni

riportai l'errore alla redazione, ma non andai troppo oltre. Il pezzo successivo, qualche tempo dopo, sanciva la nostra collaborazione editoriale, che da allora sarebbe diventata più continuativa e regolare: l'articolo si titolava *Le immagini della qualità* (*LineaGrafica* 285, 1993). Inspiegabilmente il firmatario era ancora un soggetto a me sconosciuto, tale Giulio Ceppi. Azzecato il nome, questa volta, ma la svista era nel cognome.

Mi sembrò necessario trovare un rimedio: presi allora il mio biglietto da visita, lo ingrandii in formato A4, ne feci più copie, le giuntai tra di loro a formare un cilindro, avendolo prima inserito nella macchina del fax: a quel punto, premendo il tasto verde con il numero della redazione di *LineaGrafica*, ne risultò per il ricevente una lunga strisciata di carta (ancora i fax andavano su carta chimica), infinita e non interrompibile, dato che il mio cilindro cartaceo continuava a ruotare su se stesso, reiterando (correttamente) il mio nome e cognome.

Fu una sorta di *performance*, di *happening* mediatico, un poco nello stile di Bruno Munari, ma che soprattutto sancì l'inizio di un sodalizio professionale durevole, e anche di una corrispondente amicizia. Il primo articolo su *LineaGrafica* fu un apocalittico *Desiderio di immagini e immagini di desiderio* (luglio 1991) e molti ne seguirono.

Tempo e progetto: un binomio troppo trascurato e frainteso – L'editoriale di Giovanni Baule del 1996 anticipa in maniera brillante e preveggente alcuni temi davvero fondamentali e oggi, a venticinque anni di distanza, di grande chiarezza. Ripercorriamone alcuni passaggi fondamentali:

→ *Tempo interno e tempo esterno* – La comunicazione visiva di qualità e la *corporate communication* a metà degli anni Novanta ragionano ancora su un'idea metafisica interna come fosse una sorta di eternità presunta del progetto, come se le soluzioni progettuali pensate non avessero un tempo, non invecchiassero mai, se

che vengono rispecchiate di continuo all'interno degli artefatti di nuova progettazione: i linguaggi della nuova grafica rappresentano questa condizione e la ripropongono tramite un proprio racconto. Ecco allora gli effetti di movimento, di transitorietà, di destrutturazione che si impossessano degli impaginati: la contemporaneità e il sovrapporsi dei flussi visivi, la frammentazione dei segni sono l'immagine riflessa della comunicazione postgutenbergiana. La grande differenza con le avanguardie artistiche che nel tempo hanno testimoniato i mutamenti della propria epoca, trascrivendoli in forme sperimentali anche sul piano della grafica, sta proprio in questo: esse testimoniavano di fenomeni di un mondo ester-

non per risultare poi a un certo punto inspiegabilmente obsolete.

→ *La mutazione continua* – L'editoriale di Giovanni coglie una nuova condizione, che oggi è per noi la quotidianità e la regola: “*La mutazione continua, la brevità della permanenza*”, date da quel tempo esterno che tutto consuma e fagocita. Questa condizione ‘postguttenberghiana’ è manifestata in una nuova estetica visiva fatta di sovrapposizioni, flussi, sfuocature, frammentazioni che decretano l'avvicinarsi di un ‘progetto debole’, in cui l'anticipare implicito nell'atto di progetto entra in crisi.

→ *L'atteggiamento revivalistico* – Questi ‘segni brevi’ hanno un contro-altare progettuale: il recupero della memoria collettiva, la ricerca di segni storici, una sorta di ‘restauro dell'immagine’ che ha come centro il valore della marca. Si tratta di epurare i segni del tempo, di andare alla fonte originaria, alla purezza primigenia del segno e della marca originale.

→ *La ricerca delle invarianti* – Giovanni identifica in tale atteggiamento i prodromi di una nuova metodologia, che ricerca l'immagine originaria, l'archetipo in qualche modo, separandolo dai segni fugaci del tempo e allontanandolo dal rischio del ‘rapido consumo’.

→ *L'analogia architettonica* – Giovanni chiude quindi con una domanda e un parallelismo, tradendo la sua formazione da architetto: come in un paesaggio urbano, come conviveranno le architetture storiche e le varianti temporali, decostruttiviste, già destinate a scomparire nel breve tempo e a essere sostituite da altro?

Segni e tempi: chiasmi infiniti – Queste riflessioni preveggenti ci fanno capire l'importanza dell'intuizione del valore del tempo rispetto al progetto, nella sua duplice accezione di interno ed esterno: oggi sono la comunicazione e i media, soprattutto online, a dettare i tempi, non più viceversa. Tra interno ed esterno i confini sono sempre più fluidi e sfumati, se non scomparsi. Il tempo è il progetto e il pro-

no – che pur faceva i conti con i miti moderni della *Tecnologia*, dell'*Energia* o della *Velocità* –, mentre oggi i segni grafici parlano di fenomeni in cui sono pienamente immersi, che vivono, a pieno titolo, da protagonisti: perché epicentro dei nuovi mutamenti, questa volta, è proprio il mondo della comunicazione. Si comprende, tra l'altro, perché il senso stesso del *progettare* – pre-disporre soluzioni anticipandole nel tempo – viene in qualche modo messo in discussione, sia sul piano teorico che tecnico-operativo. Ma entra in campo anche un dato diverso, del tutto speculare al fenomeno descritto. Accanto ai segni senza memoria, ai *segni brevi*, c'è un vasto territorio abitato dai *segni storici*. Talvolta ridotti all'incomunicabilità, portano con sé la memoria di eventi, di istituzioni, di attività industriali, di prodotti...

Alcuni sono attivi, altri dismessi. Ma sono spesso un patrimonio ancora vivo, presente nella memoria collettiva e in grado di generare ricchi e profondi racconti. Ci sono, proprio in questo momento, nuove ragioni che riportano in primo piano il valore del marchio storico e del sistema di immagine che lo ha accompagnato. Dietro la marca si stanno verificando tumultuosi mutamenti societari.

getto è il tempo. La mutazione continua ci appartiene, che ci piaccia o meno, e la sua estetica è la nostra estetica, il nostro *Zeitgeist*.

E questo oggi non vale solo per la comunicazione, ma si estende agli oggetti e anche all'architettura, fino alle persone, fino a noi stessi. Insomma, ne siamo dentro fino al midollo. Anzi il tema è il midollo, il DNA. Non si progettano più solo fenotipi, ma genotipi: non si progettano solo le cose, ma la loro evoluzione e vita. Si progetta appunto il tempo.

Giovanni scriveva in una società prevalentemente *offline*, mentre oggi l'*online* influenza e avvolge qualsiasi dimensione, facendo di qualsiasi scala e dimensione un fatto comunicativo. Se quindi titolavo il mio primo saggio su *LineaGrafica* usando la figura retorica del chiasmo, qui lo rifarò ancora, invertendo artificiosamente i *Segni dei tempi* di Giovanni con un *Tempi dei segni*, poiché tutto è diventato tempo e quindi segno. Anzi: tempi e segni, data la pluralità e continuità di mezzi e di percezioni, ben oltre le "Grandi narrazioni" che ancora in parte caratterizzavano la Modernità degli anni Novanta.

Variabili e invariati: scenari esistibili – Quello che si è fatto con Giovanni, in quasi quindici anni di collaborazione con *LineaGrafica*, è stato proprio un lavoro sulla "identificazione delle variabili e delle invariati", come citato nel suo editoriale: a partire da grandi temi (invarianti) quali la Tecnologia, l'Energia, la Velocità, l'Ecologia, il Turismo, la Globalizzazione, la Relazione (questi ultimi insieme ad Alberto Veca). Se ne sono verificate poi le varianti, i fenotipi, le specifiche declinazioni date dai singoli *brand*, tratteggiando dei macroscenari e delle mappature qualitative: una delle possibili strategie progettuali utili a muoversi criticamente e con una lucidità minima in un mondo senza più confini e perimetri, senza interno ed esterno, midollare appunto, salivare ed enzimatico, come lo ha definito Andrea Branzi.

Il paradosso, che ben richiama quello che Giovanni descrive come il

La marca e la sua forma visibile, il marchio, diventano l'interfaccia forte e vulnerabile, l'estrema soglia comunicativa dove si esercita la riconoscibilità di un produttore o di un prodotto. È il luogo di sedimentazione degli investimenti di immagine nel succedersi degli anni. L'intero patrimonio di immagine di un'impresa o di un'istituzione diviene così il centro di un forte interesse strategico.

Le tecniche di progettazione grafica devono riconvertirsi alla rivitalizzazione dagli artefatti storici, a una sorta di restauro di immagine: coinvolgendo in una logica di continuità/discontinuità in primo luogo il marchio e la comunicazione istituzionale d'azienda, talvolta le confezioni e l'immagine dei singoli prodotti, fino anche a certi aspetti della comunicazione pubblicitaria. Si tratta, per molti versi, di una vera riabilitazione dell'immagine originaria, spesso deformata e inquinata col passare del tempo; e di una reinterpretazione degli elementi storici. Il metodo applicato in questi casi – in base a una sorta di nuova, non formalizzata, teoria e tecnica del restauro – si fonda sulla identificazione delle variabili e delle invarianti: vengono mantenuti gli elementi strutturali dell'identità storica e muta ciò che può aggiornarne la presa comunicativa.

“nuovo valore epicentrico della comunicazione”, viene ben rappresentato dall’ultima serie di articoli, riferita al tema dei “meta-prodotti comunicativi”, che poi si declineranno in meta-interfacce, in meta-imballaggi, ovvero oggetti progettati e nati solo per comunicare e alimentare sé stessi dentro processi narrativi, per essere epicentri di sé stessi, nella loro brevissima vita pubblicitaria. Un fenomeno che poi è diventato una mostra alla Triennale di Milano, gli *Oggetti Esistibili. La pubblicità fa design*, provocatorio esempio di meticciamiento tra reale e virtuale, tra comunicazione e percezione, tra segno e significato, tra originale e copia, come ben raccontato da Giovanni Lanzone, Fulvio Carmagnola e Alberto Veca nel catalogo edito da Scheiwiller (Ceppi 2005).

E forse, se ben ricordo, c’è anche un pezzo di Guido Capi, oramai non più giovanissimo in età, ma sempre convinto che valga la pena di ricercare intorno ai tempi e ai segni.

Come possono, alla fine, convivere i segni programmati per un rapido consumo, alimentati da quella contemporanea filosofia del tempo, e i segni, restaurati, della memoria visiva? Come in un paesaggio urbano, dove un edificio decostruttivista dichiara l’instabilità del tempo che lo ha prodotto accanto a un edificio storico che è traccia di una memoria, accanto a una moderna costruzione che prevede già nelle proprie fondazioni i punti per le cariche di esplosivo che la faranno implodere per una rapida sostituzione.