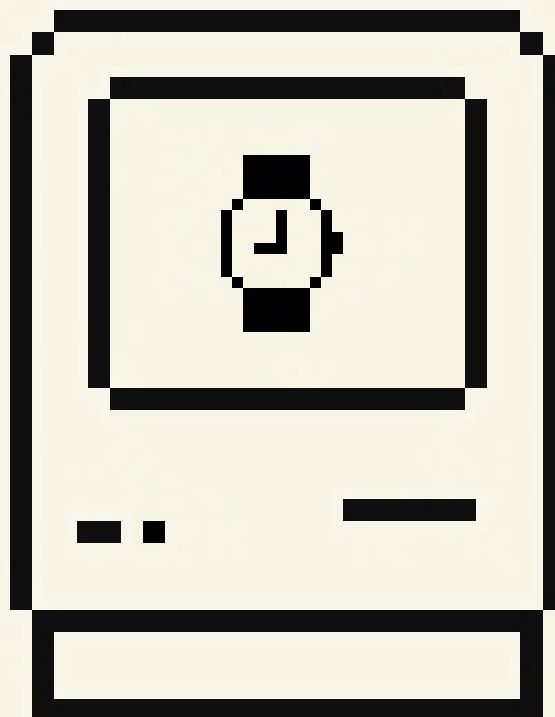
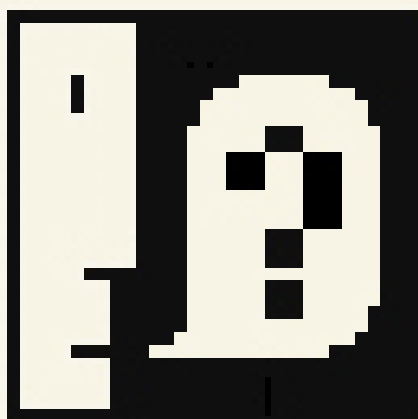

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



SUSAN KARE, ICONE, APPLE 1983

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

VOL. 4 / N. 8
OTTOBRE 2016

GLI ANNI DEL CONTATTO:
GRAPHIC DESIGN, NUOVE
TECNOLOGIE E NUOVI MEDIA

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE

AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche

DIRETTORE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Carlo Vinti, Università di Camerino
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Jeremy Aynsley, University of Brighton
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Bernhard E. Bürdek
François Burkhardt
Anna Calvera, Universitat de Barcelona
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Clive Dilnot, Parsons The New School
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Carma Gorman, University of Texas at Austin
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Vanni Pasca, past-president AIS/Design
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School

REDAZIONE Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Gianluca Grigatti, Università di Genova
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze
Paola Proverbio, Politecnico di Milano
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

ART DIRECTOR Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	UNA STORIA DA SCRIVERE, ANZI IN FASE DI SCRITTURA Maddalena Dalla Mura, Raimonda Riccini, Carlo Vinti	7
SAGGI	WHY IT TOOK SO LONG: DEVELOPING THE DESIGN MINDSET IN THE TECHNOLOGY INDUSTRIES Gillian Crampton Smith	16
	LE PLEIADI: UNA PROSPETTIVA STORICA SULLA COSTELLAZIONE DELLE PROTAGONISTE DELLA RIVOLUZIONE TECNOLOGICA E DEL DESIGN DIGITALE Letizia Bollini	29
	TAVOLIERI DIGITALI E PERCORSI VIDEOLUDICI Isabella Patti	44
RICERCHE	ALLE ORIGINI DI UNA "VISUALITÀ TECNOLOGICA": PERCORSI DI RICERCA SULLA GRAFICA DELLE SIGLE TELEVISIVE NEL PRIMO DECENNIO DI TRASMISSIONI RAI Chiara Mari	67
	PIXELS AND PAL: COMPUTER DESIGN FOR DUTCH BROADCAST TELEVISION IN THE EARLY 1980S Liselotte Doeswijk, René Koenders	90
	TOTAL DESIGN AND THE CASE OF THE AESTHEDES COMPUTER: CHANGING THE TOOLS OF DUTCH GRAPHIC DESIGN IN THE 1980S Karin Van Der Heiden	112
	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 Maddalena Dalla Mura	131
	VISIONI ALLA RINCORSA DEL FUTURO: IL CAMBIAMENTO TECNOLOGICO NELLA RIVISTA U&LC, 1973-1983 Carlo Vinti	168
MICROSTORIE	"DESIGN BY NUMBERS": JOHN MAEDA E LA COMPUTAZIONE APPLICATA AL GRAPHIC DESIGN Giulia Ciliberto	200
	DIGITALIZZARE, CATALOGARE, VISUALIZZARE LE COLLEZIONI DI ARTEFATTI GRAFICI PUBBLICITARI: IL CASO DELLA SEZIONE PUBLICITÉ/DESIGN GRAPHIQUE DEL MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS DI PARIGI Simona De Iulio, Fabiola Leone	213
PALINSESTI	ESTINZIONI, ADATTAMENTI, ESPLORAZIONI E CONVIVENZE: QUATTRO INTERVISTE SUL RUOLO DELLE INNOVAZIONI TECNOLOGICHE NEL GRAPHIC DESIGN ITALIANO Michele Galluzzo	230
RILETTURE	"DIGITAL TYPE" DI ROBIN KINROSS Luciano Perondi	258
	DIGITAL TYPE Robin Kinross	275
RECENSIONI	JOHANNA DRUCKER, "GRAPHESIS" Andrea Facchetti	290
	HELEN ARMSTRONG, "DIGITAL DESIGN THEORY" Maddalena Dalla Mura	298

Palinsesti

ESTINZIONI, ADATTAMENTI, ESPLORAZIONI E CONVIVENZE: QUATTRO INTERVISTE SUL RUOLO DELLE INNOVAZIONI TECNOLOGICHE NEL GRAPHIC DESIGN ITALIANO

Michele Galluzzo, Università Iuav di Venezia

PAROLE CHIAVE

Anni settanta, Anni ottanta, Generazioni, Grafica, Italia

L'introduzione della fotocomposizione negli anni sessanta e la diffusione del computer negli anni ottanta hanno alterato gli assetti teorici, critici e pratici del graphic design come professione: hanno inciso sull'iter progettuale e sulla filiera produttiva a esso legata, così come sulla capacità di immaginare e rappresentare il futuro. Hanno inoltre contribuito a modificare la produzione grafica dal punto di vista estetico e stilistico. Le testimonianze di alcuni professionisti - Italo Lupi, Roberto Pieracini, Patrizia Convertino e Silvia Sfligiotti - offrono punti di vista eterogenei riguardo all'impatto delle nuove tecniche di progettazione e produzione, sia dal punto di vista della loro biografia sia rispetto al panorama italiano coevo. Queste interviste propongono una prima indagine che cerca di raccontare il contributo delle tecnologie della progettazione grafica all'evoluzione della professione in Italia, evidenziando integrazioni, divergenze, convivenze e sperimentazioni.

Introduzione

Come è mutato lo stato delle tecnologie della progettazione grafica tra gli anni sessanta e novanta? Quanto ha influito l'introduzione di nuovi strumenti di lavoro sull'evoluzione della metodologia progettuale? Il passaggio al digitale è stato vissuto come un momento di rottura netta o di adeguamento graduale?[1]

A partire da questi interrogativi, l'indagine qui presentata si articola in quattro interviste a professionisti che provengono da generazioni differenti del graphic design italiano. I percorsi lavorativi di Italo Lupi (Cagliari, 1934), Roberto Pieracini (Pesaro, 1942), Patrizia Convertino (Parma, 1961) e Silvia Sfligiotti (Milano, 1967) coprono campi di azione diversi della pratica progettuale, nel design editoriale, nella pubblicità, nell'immagine coordinata e nella grafica in movimento, garantendo un racconto eterogeneo in merito agli effetti delle nuove tecnologie all'interno della professione. Oltre che dalla differenza anagrafica e dalla eterogeneità di campi coinvolti, la selezione dei quattro designer intervistati è giustificata anche dalla propensione alla riflessione sugli strumenti del mestiere.

Dalle conversazioni emergono differenti approcci al "nuovo", diversi sia di professionista in professionista, sia all'interno della carriera di ciascun designer. A testimonianza di ciò, se per esempio in Lupi si percepisce un'adesione immediata alla fotocomposizione, incontrata negli anni sessanta al principio del suo percorso lavorativo, tale entusiasmo non sarà replicato con l'avvento del desktop publishing che lo trova scettico a metà degli anni ottanta.

Al contrario il percorso dello Studio Convertino evidenzia una tensione costante verso l'esplorazione dei confini delle tecnologie, tanto durante la stagione della fotocomposizione quanto con l'arrivo dei primi prototipi di computer.

Al di là degli atteggiamenti dei singoli designer, un dato che è emerso in maniera trasversale nel corso dell'indagine è quello dell'impatto che le innovazioni tecniche hanno avuto sull'evoluzione di scenari lavorativi legati al graphic design. In alcuni casi il cambiamento tecnologico ha determinato la nascita di nuove professionalità, come è accaduto con il proliferare della rete di tecnici alimentata incessantemente dalla filiera legata alla fotocomposizione. Di questo dialogo quotidiano tra tecnici e designer, anzitutto durante gli anni sessanta e settanta, ci sono tracce visibili nei bozzetti o negli esecutivi che i grafici corredevano di informazioni dattiloscritte - completate spesso da comunicazioni telefoniche o via fax - rivolte tra gli altri a fotocompositori, fotoritoccatrici, fotolitisti. Le testimonianze hanno rilevato quanto proprio questi settori della produzione siano stati i primi a subire l'avvento del digitale: in alcuni casi c'è stata la trasformazione in professionalità ibride per far fronte al cambiamento dello scenario produttivo, in altri, più frequentemente, la conseguenza inevitabile è stata la progressiva estinzione. In Italia la transizione verso il desktop publishing si trascina fino alla prima metà degli anni novanta. Nel corso di questo intervallo di tempo la catena produttiva si scardina e i fotocompositori - descritti nelle parole di Pieracini e Sfligiotti - tentano di reinventarsi, per esempio come stampatori o impaginatori digitali. L'ibridazione e l'adattamento come risposte alle tecnologie digitali si manifestano anche all'interno degli studi in cui, negli anni della diffusione dei computer, continuano a interpolarsi e a mescolarsi fasi di lavoro manuale a processi digitali.

È interessante notare quanto sia Lupi sia Pieracini individuino similitudini e contiguità tra le opportunità offerte dagli strumenti di fotocomposizione e quelle garantite dal computer. In effetti, già negli anni sessanta, tecnologie quali Fotomaster o Photo Typesetter permettono di avere "composizioni strette, orizzontali, in diagonale, decentrate, con trame, deformate, a raggiera, a semicerchio" (Fioravanti, 1984) non così lontane da quelle elaborate dai grafici tra gli anni ottanta e novanta, con la diffusione di software di disegno vettoriale e di font digitali.

Se gli intervistati sottolineano punti di tangenza tra il ventaglio di opportunità offerte dalla fotocomposizione e i primi software presenti sugli Apple Macintosh, forse è il mutamento della filiera produttiva a incidere in maniera determinante sulla costruzione degli elaborati finali. Durante gli anni della composizione "a freddo" la produzione è un processo estremamente parcellizzato e condiviso tra molteplici figure interne ed esterne agli studi. Invece con la diffusione dei personal computer le fasi produttive si accorciano e la progettazione diventa progressivamente meno mediata, trasferendosi sulla scrivania dei designer. In questo modo si assiste a un'evoluzione sostanziale nel modo in cui i grafici si relazionano e vivono gli strumenti di progettazione. 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 parole di Sfligiotti si evince che il costo dei personal computer nel primo periodo di diffusione del digitale risulta 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.

Le interviste di seguito riportate ci invitano a considerare quanto il mutamento della catena produttiva, il cambiamento nella modalità di rapporto tra designer e nuove tecnologie e la libertà di sperimentazione hanno influito sulla nascita di nuove correnti nel graphic design degli anni ottanta e novanta.

1. Italo Lupi

29 agosto 2016

Italo Lupi (Cagliari, 1934). Dopo la laurea in Architettura nel 1959 al Politecnico di Milano, lavora come graphic designer all'Ufficio Sviluppo de La Rinascente. Nei primi anni settanta, oltre a curare il progetto grafico di "Zodiac" (1970-1973) e "Shop" (1971-1972), inizia a collaborare con "Abitare" e nel 1973 ne diventa direttore artistico. Nel 1986 è art director di "Domus" sotto la direzione di Mario Bellini. Dal 1992 al 2007 torna ad "Abitare" in veste di direttore responsabile e art director. È consulente di immagine della Triennale di Milano (1979-1988) e di IBM Italia (1990-1999), azienda per la quale progetta house organ quali "Rivista IBM", "IP", "Ol3". Con lo studio Migliore+Servetto realizza a Torino le installazioni urbane per le Olimpiadi invernali (2006) e per le Celebrazioni dei 150 anni dell'Unità d'Italia (2011). Membro dell'Alliance Graphique Internationale dal 1981, e della Hall of Fame dell'Art Directors Club Italia dal 2007, ha avuto tre volte il Compasso d'Oro (1998, 2006, 2014 premio alla carriera).

Qual era lo stato delle tecnologie e degli strumenti nell'ambito della progettazione grafica, quando lei ha cominciato la sua attività?

Ho iniziato a lavorare nei primi anni sessanta e, allora, lo stato delle tecnologie per la progettazione era elementare. I primi anni erano ancora gli anni dei caratteri in legno e piombo, poi poco dopo è arrivata la fotocomposizione. Anche nella stagione della fotocomposizione, per avere un impianto, un cliché o una pellicola per la stampa, era necessario sottostare a una trafila lunga. Capitava che si dovesse aspettare anche più di una settimana per avere una prima prova che testimoniassse la bontà delle riproduzioni di un'immagine. D'altra parte questo era uno degli aspetti interessanti del lavoro, perché ti permetteva di colloquiare, di scambiare idee con litografi e tipografi e di imparare molto da loro.

Quanto alle tecnologie in studio, utilizzavamo macchine fotografiche al cui interno inserivamo - cosa impensabile per un ragazzo di oggi - qualcosa di fisicamente percepibile: la pellicola. Trascuro gli strumenti classici del disegno tra cui ovviamente i compassi e le squadre. Le grandi novità di allora erano la reprocamera - una macchina piana con un proiettore utilizzata per la produzione di copie fotografiche - e la diffusione della fotocopiatrice, che permetteva una maggiore facilità di riproduzione e di adattamento alle misure necessarie.

I tempi di produzione influivano concretamente sulla pianificazione di un lavoro. Ricordo che nei primi anni della rivista *Abitare*, ancora con la direzione di Piera Peroni, il giornale aveva una periodicità mensile, ma la data di uscita dei singoli numeri era tutt'altro che cadenzata regolarmente. Un numero arrivava in edicola i primi giorni del mese e il numero successivo veniva chiuso, per esempio, l'ultima settimana utile del mese seguente.

All'ingresso della redazione c'erano cataste di cliché da utilizzare quando la progettazione del numero fosse stata completata. A quel punto venivano spedite le immagini esecutive al fotolitista che doveva seguire le indicazioni date, da noi, per ciascuna pagina. Per le indicazioni di impaginazione delle immagini si usavano semplici fotocopie.

Il fotolitista doveva interpretare le informazioni precise fornitegli, prendere le misure, sostituire le fotocopie con le immagini reali e impostare il suo lavoro di fotocomposizione. Io ero volutamente disordinato e capitava spesso che non seguissi la gabbia di impaginazione, procurando non poche difficoltà interpretative ai tecnici. Era una lavorazione affascinante perché richiedeva tanta manualità. Fare riviste come *Abitare* - dal 1974 al 1986 - o come *Domus* - dal 1986 al 1992 - voleva dire ritagliare fotocopie delle immagini, incollarle con lo scotch e, se si arrivava a fine layout insoddisfatti, staccare tutto e ricominciare, tornando a xerografare le immagini. Era un lavoro molto faticoso, ma anche esaltante. Ti permetteva, in tempi così lunghi, riflessioni e avanzamenti nel ragionamento che avevi intrapreso impaginando. Proprio in tale processo di progettazione editoriale la fotocopiatrice è stata fondamentale. Per quanto all'epoca necessitasse di tempi molto più lunghi di quelli a cui siamo abituati ora, la fotocopiatrice era diventata indispensabile nella fase intermedia e di prototipazione degli elaborati per inserire le immagini e valutare gli ingombri. Ho sempre tentato di immaginare layout che potessero avere un'esecuzione molto rapida e concedessero libertà, rompendo la rigidità della gabbia.

Gli anni sessanta erano anche gli anni in cui cominciava l'uso della Fotomaster, macchina che attraverso strumenti ottici permetteva di modificare e distorcere scritte e caratteri. La Fotomaster, resa disponibile a Milano dalla fotolito Bassoli, era un avanzamento tecnologico fantastico: un "macchinone" che permetteva anche di fare i primi esperimenti con le fotografie al tratto o retinate in modi differenti. Era una specie di reprocamera complessa, con cui era possibile ottenere dilatazioni, riduzioni, ispessimenti della tipografia - distorsioni che ho sempre odiato fare quando, arrivato il computer, si è cominciato a farne un uso incontrollato.

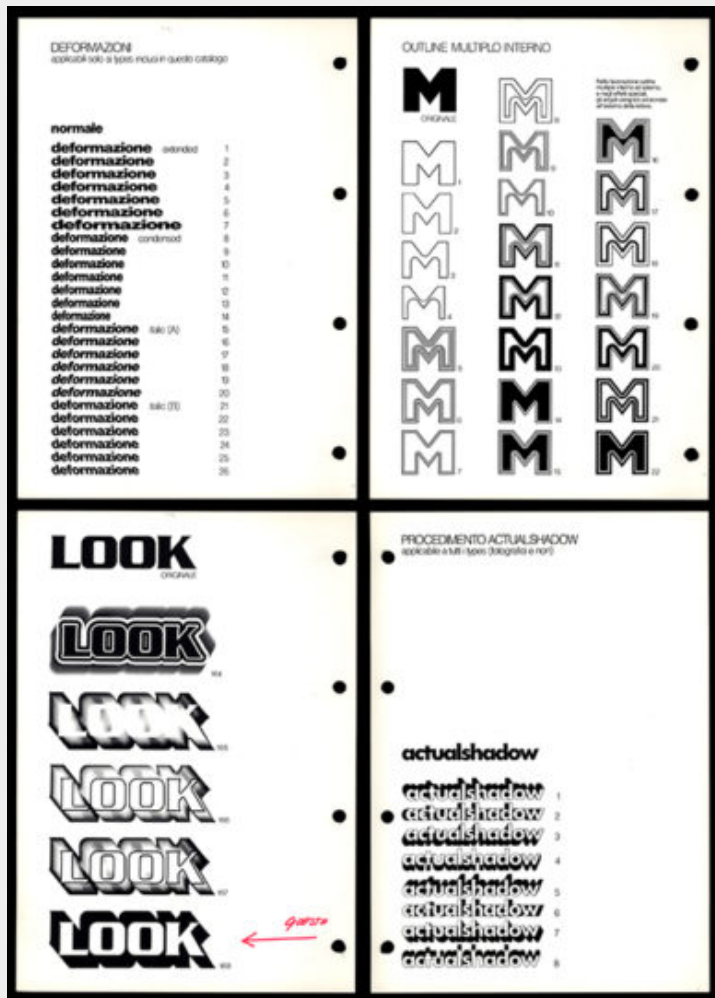


Fig. 1 - Pagine tratte dal campionario di caratteri prodotto dalla Actualtype di Milano, in cui è sono visibili le opzioni di distorsione, lavorazione dell'outline e ombreggiatura applicabili alla tipografia in fotocomposizione / Biblioteca del progetto grafico, AIAP CDPG, Milano.

Quando è arrivata, “meravigliosamente bella”, la fotocomposizione per me ha rappresentato la possibilità di comporre titolazioni con alfabeti ben disegnati e nuovi. Fino ad allora caratteri come l’Helvetica o gli Standard li ritagliavo dai titoli di riviste svizzere - tra cui *Camera* - e li inserivo manualmente, incollandole nei layout. Poi ho cominciato a rivolgermi ai fotocompositori, soprattutto all’Actualtype di Milano che aveva un catalogo di caratteri ricchissimo. Era possibile distorcere, allargare, trasformare le lettere, però trovavo che la bellezza dei caratteri che utilizzavo era tale da mantenerli intatti nella loro specificità e nel loro scrupoloso disegno.

Se le distorsioni tipografiche erano già piuttosto assimilate negli anni sessanta, per quale motivo lei era scettico negli anni ottanta e novanta verso questo tipo di interventi sulle font digitali?

Quando, nel 1986 sono arrivato a *Domus* ho assistito all'avvento dei computer. Eppure i primi tempi progettavamo la rivista ancora con fotocopie incollate, prima con il nastro adesivo e successivamente con un prodotto inebriante: la Cow Gum, colla mastice che solidificandosi molto lentamente consentiva il riposizionamento del materiale in pagina senza lasciare tracce. I testi erano fotocomposti su strisce di carta che andavano tagliate e, anch'esse, impaginate. D'altra parte, prima dell'avvento del computer si realizzava tutto su carta. Con il desktop publishing molti hanno pensato che il margine di libertà fosse totale e che nessuno avesse più regole da seguire. Questo ha provocato, a mio modo di vedere, 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.

Può essere che lo scarto generazionale non le permettesse di percepire il tentativo di superamento da parte dei grafici più giovani di una tradizione ingombrante, quella dello stile internazionale e delle prime generazioni dei grafici italiani?

Certo, ma rivedendo i lavori realizzati allora, in quei primissimi anni, da chi era schierato "dall'altra parte", non mi pare che ci sia stata una qualità talmente forte da poter attribuire loro il merito di nuove invenzioni. Sicuramente ci sono stati anche esempi buoni ma tendenzialmente mi sembrava che fossero imitazioni senza freni di processi non ancora interiorizzati. Credo che ora la nuova scuola milanese e italiana sia finalmente capace di utilizzare questi sistemi con intelligenza. Allora mi irritava il velleitarismo delle scelte e la mancanza di intelligenza nell'applicare le potenzialità delle nuove tecnologie. Ho sempre pensato che dovesse esserci il massimo di libertà sulla gabbia tipografica, ma questo non doveva giustificare il caos fine a se stesso o la stravaganza senza senso.

Come ha vissuto l'arrivo dei primi caratteri tipografici digitali?

Con sofferenza perché erano caratteri disegnati male e senza le finezze che avevo percepito fino ad allora nei caratteri stampati su pellicola con un'esattezza fantastica - disponibili, per esempio, all'Actualtype. La prima volta che ho visto il Times fornito dal computer - tra i pochi caratteri allora a disposizione - mi sono reso conto che c'erano molte semplificazioni che involgarivano il risultato finale. Per questo ho continuato a utilizzare la fotocomposizione, anche nel periodo iniziale di diffusione del computer. L'affinamento del disegno dei caratteri è avvenuto solo in un secondo momento.

Come ha vissuto l'arrivo dei computer nella redazione di "Domus"? Si è trattato di un cambiamento repentino?

C'è stato ovviamente un momento in cui nella progettazione di *Domus* convivevano le due tecnologie: la fotocomposizione e l'impaginazione digitale. Tuttavia, già a fine anni ottanta, nell'ultimo periodo di lavoro in redazione, utilizzavamo computer per impaginare. Se fino ad allora ero nella mia stanza e vedevo arrivare i ragazzi con il lavoro da revisionare, con l'avvento dei computer ho cominciato a posizionarmi dietro di loro e a supervisionare i progetti in prima persona.

I miei collaboratori avevano comunque un margine di libertà nel reinterpretare i miei bozzetti. Il gruppo editoriale Domus era proprietario di riviste anche più diffuse di *Domus*, tra cui *Quattroruote* che in quegli anni vendeva un milione di copie al mese. Per questa ragione c'era uno schieramento di computer notevole in sede - almeno cinque - affidati ai membri dell'ufficio grafico. Io non avevo un computer sulla mia scrivania. Mi spostavo di volta in volta da una postazione all'altra.

Come ha mutato, l'avvento del digitale, la sua metodologia lavorativa?

Per quel che mi riguarda non credo ci sia stata alcuna discontinuità. Io ho continuato a lavorare schizzando a mano pagina dopo pagina ogni mio progetto, dosando manualmente le dimensioni delle parti colorate o in bianco e nero. Probabilmente la mia ingenuità è tale che non ho mai imparato a usare il computer davvero.

L'unica variazione quindi ha riguardato la velocità nel realizzare le operazioni e la possibilità, negli ultimi anni, di comprendere il margine di libertà che era possibile raggiungere con i software. Adesso mi diverto molto e ho il rimpianto di non essere io a utilizzare il computer manualmente e in prima persona.

Ci sono progetti firmati da lei che ritiene possano raccontare bene l'avvento del digitale nella progettazione grafica?

Ricordo il lavoro di "vestizione" della città di Torino realizzato per le Olimpiadi invernali nel 2006 con Ico Migliore e Mara Servetto. È stato un progetto di dimensioni enormi, da finalizzare in tempi talmente stretti che, senza il supporto del digitale, sarebbe stato impossibile realizzare. Non ha modificato l'espressione delle cose ma, ancora una volta, ha accelerato i tempi, per esempio, nella rappresentazione tridimensionale degli spazi, che con gli strumenti pre-digitali sarebbero stati inevitabilmente più lunghi. In questo, la collaborazione di Migliore e Servetto è stata determinante.

Dal 1986 lei è stato consulente dell'IBM Italia. Come ha affrontato l'incarico di raccontare la tecnologia e di quali strumenti si è servito per farlo?

Il mio incarico di art director riguardava anzitutto l'impaginazione della *Rivista IBM*, fino ad allora progettata molto bene da Roberto Lanterio.[2] La commissione che mi fu affidata da IBM consisteva nel supervisionare la produzione di circa trecento pubblicazioni all'anno, tra cui dépliant e riviste. Se era giustificabile che in IBM i computer non fossero ancora a disposizione dei grafici della rivista, meno prevedibile era che non ci fosse un archivio elettronico delle immagini fotografiche. Questo dettaglio mi aveva stupito. Sembrava di lavorare in un'azienda degli anni sessanta con immagini su diapositive catalogate numericamente.

Comunque è stato molto bello lavorare per *Rivista IBM* anche quando nel 1993 ha cambiato nome in *If* e successivamente in *O13*. Era un lavoro duro quello di art director per IBM, si trattava di delegare ad altri non solo la fattura manuale ma anche l'invenzione di alcuni prodotti. Tra questi collaboratori un grafico olandese che ha lavorato tanto con me in quegli anni e che si chiamava Rob Barrée poi Julia Binfield. I contatti con direttori intelligenti, tra cui Gianfranco Bazzigaluppi, sono stati fondamentali e la rivista era molto stimolante, con contributi critici e intellettuali notevoli.

Per i primi tempi ho raccontato la tecnologia IBM senza l'ausilio del digitale. Mi sono servito di grandi fotografi tra cui Cesare Colombo, Gianni Berengo Gardin, Ugo Mulas, Toni Nicolini. Mi fornivano fotografie stampate su carta che io passavo al fotolitista senza alcun ausilio di strumenti digitali.

Questa procedura l'ho mantenuta fino al 2007 anche all'interno della redazione di *Abitare*. Chiedevo ai fotografi di realizzare immagini su lastra e pellicola in maniera tradizionale. Ritengo che allora fosse una scelta giusta. Adesso il digitale e la post-produzione si sono affinati notevolmente. Allora invece il dischetto con la fotografia digitalizzata offriva risultati non controllati con i colori traditi da dominanti cromatiche differenti da schermo a schermo. Preferivo quindi vedere le tradizionali lastre fotografiche sul mio scrittoio luminoso in modo da controllare costantemente la corretta riproduzione fotografica delle immagini, la precisione pulita dei colori.

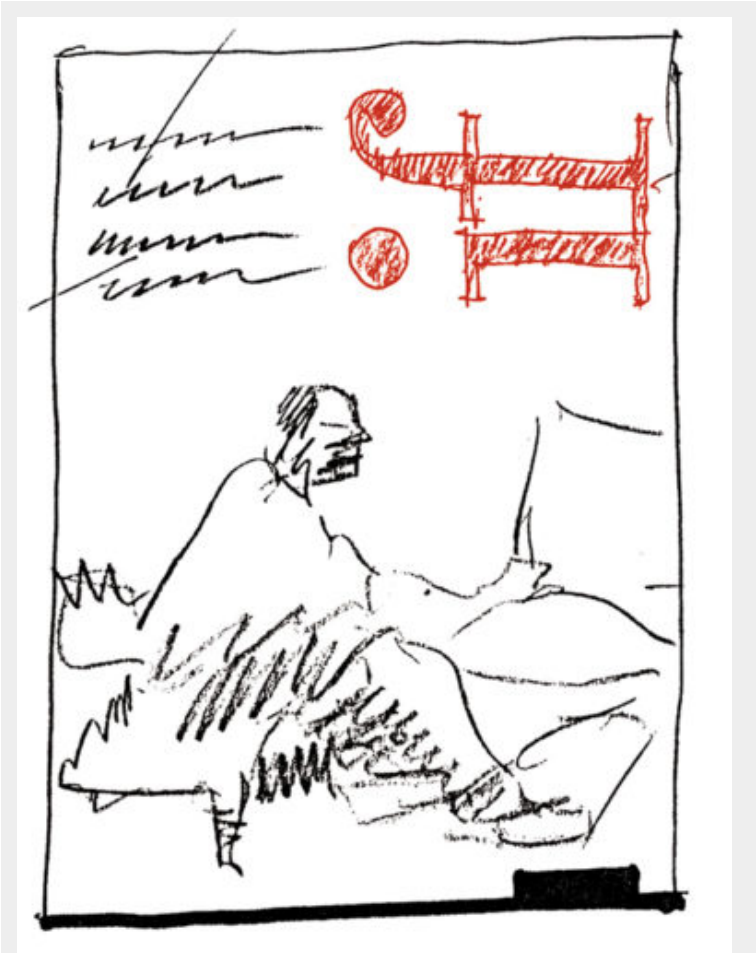


Fig. 2 - Italo Lupi, studio per il layout della rivista If, house organ di IBM Italia, 1993 / Archivio Lupi, Milano." width="744" height="978" /> Fig. 2 - Italo Lupi, studio per il layout della rivista If, house organ di IBM Italia, 1993 / Archivio Lupi, Milano.

2. Roberto Pieracini

1 luglio 2016

Roberto Pieracini (Pesaro, 1942), studia ceramica presso l'Istituto d'Arte cittadino. Nel 1964 si trasferisce a Milano, dove si avvicina al graphic design al fianco di Ettore Sottsass Jr nello Studio Design Olivetti. Dal 1969 al 1974 dirige l'ufficio pubblicità Olivetti e negli anni settanta collabora con Dalmine, Fiat, Fiat Iveco e Fiorucci e con case editrici quali Sansoni ed Etas Kompass. Tornato a Olivetti nel 1982 nella Direzione di Corporate Image diretta da Renzo Zorzi fino al 1990, successivamente lavora per Italtel e Smau. È tra i promotori della Biennale della Grafica (Cattolica, 1984) e della "Carta del Progetto Grafico" (1989). Presidente AIAP dal 1991 al 1994 si dedica all'insegnamento della comunicazione visiva alla Facoltà di Design del Politecnico di Milano (2001-2005) e all'ISIA di Urbino (2006), che dirige dal 2007 al 2013. Nel 2013 a Pesaro cura la mostra "Oltre il Territorio. Franco Bucci, Massimo Dolcini, Gianni Sassi".

Qual era lo stato delle tecnologie e degli strumenti nell'ambito della progettazione grafica, quando lei ha cominciato la sua attività?

Oltre alla matita, i miei strumenti, a metà degli anni sessanta, erano la Cow Gum - colla che ti permetteva di riposizionare facilmente i materiali incollati, la gommapipe - per cancellare le ditate dai fogli -, lo spazzolino per pulire i disegni, i Rapidograph, i Graphos, i curvilinee, le righe e le squadre - indispensabili per il disegno dei lettering -, il tecnigrafo e i Letraset. Molti di noi utilizzavano i Letraset anche per realizzare i titoli degli esecutivi. Basterebbe guardare i campionari di caratteri che ho custodito per valutare l'evoluzione delle tecnologie di composizione e, conseguentemente, della tipografia stessa: campionari di caratteri in piombo prima, campionari di caratteri per fotocomposizione o Letraset, dopo. Al di là degli strumenti, va considerato il contributo offerto da figure, tecnici e professionisti cui ci affidavamo costantemente.

Cosa ha significato per lei l'avvento del digitale nel campo del graphic design?

Prima dell'avvento del digitale, la trafila progettuale era suddivisa in varie professionalità: il fotolitista, i cromisti in tipografia, il fotocompositore tra le altre. Il grafico si occupava di realizzare gli esecutivi, di fornire al compositore le informazioni -giustezza e interlinea, per esempio - relative al trattamento dei testi e la correzione bozze. Il processo lavorativo coinvolgeva una rete di operai specializzati.

Nell'arco di pochi mesi, a metà degli anni ottanta, ho percepito una trasformazione repentina e un senso di confusione tanto nel panorama professionale quanto nella catena produttiva fino ad allora in voga. Comparivano i primi software di composizione dei testi e quasi in contemporanea notavo tecnici fotocompositori che cominciavano a promuoversi come fotolitisti. La mia reazione non è stata né negativa né positiva. Era solo chiaro che bisognava adeguarsi rapidamente. Nell'arco di due-tre mesi si è verificato questo adattamento a una nuova situazione professionale e di mercato. Sono seguiti anni difficili in cui era evidente che molti designer stentavano ad adeguarsi. All'inizio mi sembrava che la qualità fosse peggiorata molto. In realtà, il computer ha avuto il merito di eliminare la bassa qualità, visibile in molti elaborati, spesso realizzati da non professionisti in tipografia o in fotocomposizione; tuttavia mi sembra che con il computer non si riuscisse a raggiungere l'alta qualità fino ad allora garantita da tecnici professionisti come cromisti o fotolitisti. Per esempio, negli anni novanta i software di impaginazione offrivano dei template che permettevano a chiunque di realizzare riviste, carte intestate o altro. Ciò ovviamente garantiva una buona qualità media, tuttavia non si trattava solo di adattarsi alle nuove tecnologie, bisognava saperle "cavalcare".

Le vengono in mente altre tecnologie il cui arrivo è risultato determinante per l'evoluzione della metodologia progettuale del graphic design?

Letraset e Pantone sono state tecnologie che negli anni settanta hanno rivoluzionato il modo di lavorare. Se necessitavi di un colore, prima dell'avvento dei Pantone, c'era solo la scala cromatica fotolito - piuttosto limitata - o i pezzetti di carta strappati da riviste o ritagli colorati trovati ovunque. Quando sono arrivati i Pantone, con la loro selezione scientifica di colori studiata dall'istituto statunitense Munsell, è stato straordinario avere a disposizione un campionario di novecento tinte. Gli acetati Pantone ti permettevano di realizzare esecutivi, utilizzando esattamente i colori che desideravi. Credo che i Pantone siano stati determinanti, per esempio, nella produzione di Milton Glaser e del Push Pin Studio.

L'avvento del digitale si è collocato in continuità o in discontinuità con la metodologia professionale precedente?

Il digitale non ha inventato nulla di più di ciò che esisteva prima, analogicamente. Penso alle ricerche condotte in camera oscura dagli esponenti della Op-art per esempio, a Franco Grignani, a Enzo Ragazzini e ai suoi esperimenti con i retini meccanici. I primi software di composizione dei testi hanno ripreso, per certi versi, il lessico della dattilografia più che della tipografia: infatti, si è cominciato a parlare di "grassetto" e non di "nero" o "neretto", che erano termini di provenienza tipografica. Anche la fotolito è stata assorbita dal processo di rimediazione attuato dai software digitali. Il Photo Typesetter - compositore fotografico per titolazioni prodotto dalla VGC - per esempio realizzava un ventaglio di opzioni garantite oggi da Adobe Photoshop. L'Actualtype di Milano fino agli anni ottanta è stata un punto di riferimento forte nell'ambito della fotocomposizione per numerosi grafici, studi e agenzie. In principio si occupavano soltanto di composizione testi e in seguito si sono aperti alla fotolito. Offrivano una professionalità eccellente e possedevano un numero consistente di caratteri in corpi alti - dai 48 punti in su - utili per la pubblicità. Ai tecnici della Actualtype venivano trasmessi i testi e si davano indicazioni precise sulla composizione degli stessi. Credo che i programmatori dei software abbiano fatto riferimento a queste tecnologie quando hanno introdotto i software di composizione testi e progettazione grafica.

Quanto alla discontinuità mi sento di poter affermare che il progressivo abbandono della misurazione in punti tipografici nella costruzione della pagina è stato determinato dall'avvento dei software digitali. Finché si adoperavano i punti tipografici - tanto per la composizione dei testi quanto per il formato della pagina - accadeva che "stranamente" la pagina si costruisse perfettamente. Nel momento in cui il computer ha imposto l'uso del centimetro o del pixel, è stato necessario adattare il processo fino ad allora utilizzato. Tuttora, quando collaboro con grafici che utilizzano software di impaginazione, chiedo loro di adoperare il punto pica come unità di misura nelle impostazioni della pagina. Ma il problema non è questo: il problema è che la tipografia in piombo e la fotocomposizione avevano regole da rispettare mentre con il digitale è stato tutto delegato alla responsabilità del grafico.

Tuttavia anche la fotocomposizione già garantiva margini di libertà notevole, penso per esempio alla distorsione della tipografia o all'ampio ventaglio di caratteri disponibili.

La fotocomposizione ha garantito negli anni sessanta e settanta una fortissima evoluzione nei processi lavorativi e nella sperimentazione. È stata una tecnologia molto aperta: la deformazione dei testi in camera oscura era accessibile a tutti e c'erano ampi spazi di intervento. Però ciò era possibile attraverso la manualità, l'artigianato e la conoscenza dei processi meccanici.

In seguito, con i computer, è stato più complesso avere questo controllo e consapevolezza dei processi. Tutto ciò mi ha fatto comprendere che, salvo che tu non riesca a programmarti autonomamente i tuoi software di progettazione, è davvero difficile avere la consapevolezza che ti garantiva la fotocomposizione.

Può essere che questa sua analisi sia dettata da un fattore generazionale e che la fotocomposizione sia stata per lei soltanto la tecnologia che l'ha trovata più preparata?

Sì, la fotocomposizione è stata l'innovazione tecnologica che si è diffusa quando io cominciai a lavorare come graphic designer a metà degli anni sessanta. Però ho vissuto in prima persona anche l'arrivo dei computer. Mi sono avvicinato a entrambe le tecnologie ugualmente, modificando, oltre al mio metodo progettuale, l'organizzazione del processo lavorativo intorno a me. Quando la fotocomposizione è cominciata a penetrare nel quotidiano degli studi di progettazione grafica ho assunto un fotocompositore esperto diplomato in fotocomposizione presso la scuola dei salesiani. Alla stessa maniera mi sono comportato quando si è trattato di assumere tecnici esperti nella gestione di software quali QuarkXPress o Adobe Photoshop sul finire degli anni ottanta. In linea di massima, i passaggi operativi che prima potevi gestire rivolgendoti a professionisti e tecnici esterni, a un tratto cominciarono a essere svolti da impiegati interni allo studio o da te in prima persona. Credo di essere stato uno dei primi a utilizzare la fusione di più immagini sullo sfondo, realizzata con Adobe Photoshop, per le pubblicità Italtel a fine anni ottanta. Sempre per Italtel ho sfruttato un campionario di filtri di Adobe Photoshop per elaborare le immagini di un bilancio aziendale in modi diversi.

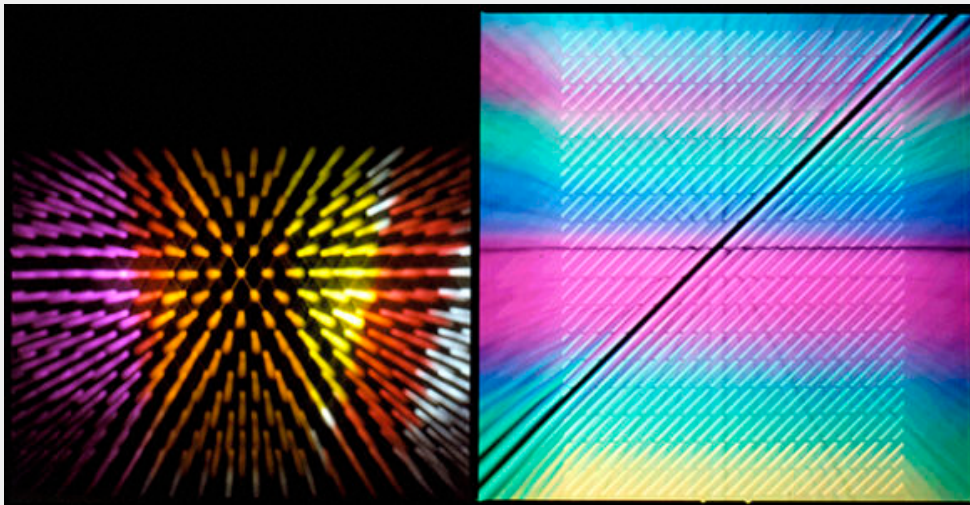


Fig. 3 - Roberto Pieracini, campagna pubblicitaria per il lancio del computer Olivetti M20, 1982; elaborazioni fotografiche realizzate a partire da matrici negative retroilluminate / Archivio Pieracini, Pesaro.

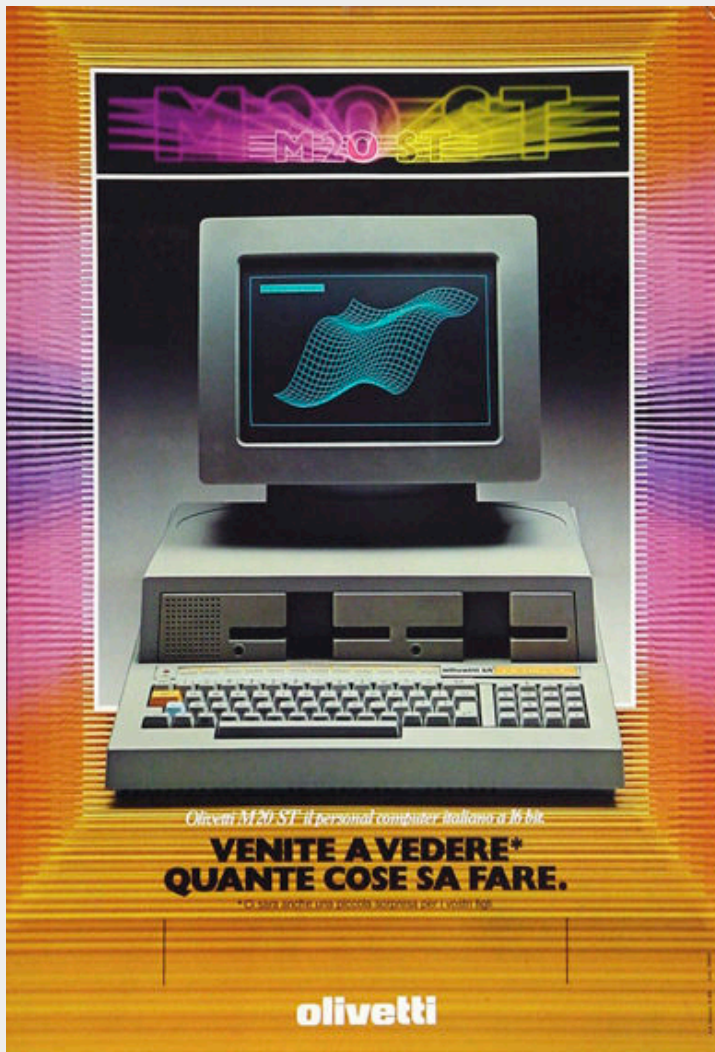


Fig. 4 - Roberto Pieracini, campagna pubblicitaria per il lancio del computer Olivetti M20, 1982; annuncio pubblicitario / Archivio Pieracini, Pesaro.

In più occasioni lei si è trovato a lavorare per aziende italiane che sperimentavano nel campo delle nuove tecnologie. Con quale metodologia ha affrontato questi progetti?

Per Olivetti ho curato la campagna pubblicitaria relativa alla nascita del primo personal computer in Europa, l'Olivetti M20.[3] L'obiettivo principale degli annunci era quello di dare un aspetto di quotidianità e di accessibilità a macchine che fino ad allora erano appannaggio di tecnici e professionisti. Inoltre, nei computer non erano ancora presenti software di progettazione grafica - che sarebbero stati utili a determinare l'estetica e la progettazione delle pubblicità - ma solo programmi di calcolo e di scrittura.

Quindi non è stato tecnicamente possibile realizzare il layout per mezzo dei computer pubblicizzati. Come concept per realizzare il logotipo dell'Olivetti M20 nelle uscite pubblicitarie fu sceltal'idea di movimento, che rimanda al concetto di tecnologia e di futuro. Tuttavia il layout era ottenuto in camera oscura attraverso l'esposizione multipla che garantiva l'effetto di progressivo avvicinamento o allontanamento del logotipo. A fine anni ottanta, poco prima di concludere la mia relazione lavorativa con Olivetti, utilizzando il computer portatile Olivetti M10, ho disegnato i pattern utilizzati nel packaging per gli accessori aziendali. Sono partito da una texture di glifi, prodotta con un programma di scrittura, che ho ridisegnato a mano al fine di avere un migliore controllo degli spessori. Successivamente ho ragionato su abbinamenti cromatici tra i glifi e lo sfondo, introducendo la sfumatura al fine di avere una maggiore dinamicità percepita. Il concept ancora una volta era l'idea di movimento come sinonimo di innovazione tecnologica.

L'utilizzo della fotocomposizione è stato determinante anche nella costruzione di un sistema di corporate per la rete di aziende italiane di software acquisite negli anni ottanta da Olivetti. In quel caso, per dare un'identità omogenea alla rete di imprese, ho progettato alfabeti completi e ridisegnato, in poco più di un anno, oltre cento logotipi aziendali. A dare uniformità a tutto il sistema erano gli alfabeti prodotti con caratteristiche precise che connotassero settori diversi di appartenenza. I caratteri Oli 1, Oli 2, Oli 3, Oli 4 venivano inseriti nel Photo Typositor che permetteva di velocizzare le operazioni di gestione del kerning e della spaziatura delle lettere. Gli alfabeti li avevo progettati a partire dalla sovrapposizione di Gill Sans, Futura e Antique Olive. Con la fotocomposizione si poteva avere accesso a un numero notevole di operazioni sul lettering, tra cui anche vari effetti di distorsione della tipografia poi diventati consueti con il desktop publishing. A me personalmente queste potenzialità non interessavano, le consideravo anche inadeguate per la committenza con la quale lavoravo. D'altra parte quando pensiamo agli anni sessanta e settanta, pensiamo alla grafica svizzera, all'International style, all'Helvetica.

Ho come la percezione che in quel periodo si tendesse ad applicare la metodologia e l'estetica di una tecnologia "a caldo" come la stampa a piombo su una tecnologia nuova "a freddo" quale era la fotocomposizione.

Sì probabilmente erano ancora molto presenti i vincoli del modernismo. D'altra parte, anche oggi, per quale motivo non è così diffuso tra i grafici l'utilizzo del filtro *Dipinto a olio* di Adobe Photoshop?

IVITEC IVITEC
IVITEC IVITEC
IVITEC IVITEC
IVITEC IVITEC
IVITEC IVITEC
IVITEC IVITEC

AROS AROS
AROS AROS
AROS AROS
AROS AROS
AROS AROS
AROS AROS

Fig. 5 - Roberto Pieracini, studi per la realizzazione dei loghi Aros e Ivitec (aziende del gruppo Olivetti) prodotti utilizzando il carattere Oli 1 inserito all'interno del Photo Typositor, 1985 / Archivio Pieracini, Pesaro.



Fig. 6 - Roberto Pieracini, studi per la realizzazione dei loghi Aros e Ivitec (aziende del gruppo Olivetti) prodotti utilizzando il carattere Oli 1 inserito all'interno del Photo Typositor, 1985 / Archivio Pieracini, Pesaro.

3. Patrizia Convertino

11 luglio 2016

Patrizia Convertino, al secolo Patrizia Pioli (Parma, 1961), comincia la sua attività professionale nel 1986 come assistente del graphic designer Mario Convertino (Milano, 1948-1996), figura chiave della grafica musicale, del motion design per programmi televisivi e della sperimentazione nel campo della computer grafica. All'interno dello Studio Convertino, collabora alla progettazione visiva per programmi Rai come Italia sera, "Immagina: I segni e i sogni del nostro tempo". Successivamente diventa account, amministratrice e art director dello studio. Dal 1996 è titolare della società Convertino & Designers con cui prosegue l'attività nel campo della grafica video curando videoclip, spot pubblicitari e la brand image per programmi e canali televisivi tra cui Mediaset, Rai e Sky.

Qual era il rapporto tra lo Studio Convertino e le tecnologie del graphic design agli inizi del vostro percorso professionale?

Credo che si possa affermare che il nostro studio sia stato pioniere nell'utilizzo di molteplici tecnologie della progettazione. Questa propensione può essere ricondotta sicuramente dall'indole di Mario Convertino [d'ora in poi Mario]. Proveniva da una formazione tecnico-tipografica, avendo frequentato l'Istituto Rizzoli in cui si è avvicinato allo studio dei caratteri tipografici, al disegno delle lettere e all'impaginazione. La sua "voglia di tecnologia", forse anche di computer prima dell'arrivo del digitale, si evince già nelle copertine realizzate tra la fine degli anni settanta e gli inizi degli anni ottanta per gli album dei Krisma o di Ivan Graziani, solo per citare alcuni esempi.

Negli stessi anni Convertino conia il termine “Istantgrafic” per identificare una tecnica espressiva data dalla commistione di differenti tecnologie coeve: l’aerografo, la fotocopiatrice e la Polaroid. Di cosa si trattava e che relazione aveva con il processo lavorativo in studio?

L’espressione Istantgrafic fa riferimento all’unione di differenti influenze e contaminazioni, oltre che alla propensione al collage, all’immagine tattile, alla volontà di manipolare e sovrapporre livelli, come in seguito è stato possibile fare su software come Adobe Photoshop. Eravamo affascinati da Andy Warhol, dagli americani e dal loro utilizzo delle Polaroid. Penso a quanto questa innovazione ci abbia stupito. Rappresentava bene la nostra epoca, forse anche per via del formato in linea con le geometrie in voga allora. Così pure la fotocopiatrice, sperimentata precocemente da Bruno Munari e nell’ambito del movimento punk. Infine, l’aerografo ti offriva la possibilità di stendere il colore con un gradiente particolare e con un tipo esatto di puntinatura. Credo che Mario sia stato anche tra i primi a fare largo uso dell’aerografo in Italia. Anche in questo caso tutto partiva dal suo rapporto personale con nuovi strumenti di disegno e di progettazione.

Cosa ha significato per il vostro studio l’avvento del digitale nel campo del graphic design?

Nel 1981, con l’avvio del progetto di grafica per il programma televisivo ideato da Paolo Giaccio *Myster Fantasy: Musica da vedere*, Mario ha incontrato la computergrafica. La trasmissione ha messo a disposizione, presso la sede Rai di Milano, un computer per realizzare grafica video. Era un “agglomerato” di macchine, che permetteva di realizzare grafica elettronica, concepito a partire da studi condotti dal Centro Ricerche RAI di Torino e prodotto dalla partnership RAI-Tesak. Originariamente questo apparato per la video-pittura doveva servire per realizzare fondini scenografici o la tipografia per i titoli delle canzoni trasmesse dal programma. È stato Mario a intuire che poteva spingersi oltre. È partito dall’analisi delle funzioni della macchina al fine di capire i vantaggi e gli svantaggi di una “scatola” sconosciuta fino a quel momento. Utilizzava una tavoletta grafica su cui era stampata una griglia utile a orientarsi sullo schermo e, per memorizzare i documenti realizzati, dischetti magnetici piuttosto fragili e con una capacità limitata. Il software permetteva di selezionare colori e strumenti di disegno – tra cui pennini e aerografo –, copiare, cancellare, realizzare collage di frame, creare dissolvenze tra due riprese. Non c’era ancora alcuno scanner per acquisire immagini e probabilmente non c’erano caratteri tipografici che risultassero interessanti agli occhi di Mario. Così, attraverso questa tecnologia ha realizzato un intero carattere geometrico per la trasmissione, l’alfabeto di *Mister Fantasy* appunto. Partendo dal limite di non poter realizzare le curve, che non sarebbero state precise a causa della risoluzione degli schermi, Mario ha semplificato la forma delle lettere. L’alfabeto era corredato anche da simboli, quasi ideogrammi, utilizzati anch’essi per la caratterizzazione visiva del programma.

Credo che tra il 1985 e il 1986 ci fosse già il primo Apple Macintosh in studio. Abbiamo sempre usato soltanto tecnologie Apple probabilmente perché erano più adatte ai grafici. Non essendo programmatori, l’interfaccia risultava intuitiva e piacevole. Non c’era ancora Photoshop tra i software; c’era invece l’applicazione FileMaker – per la gestione di banche dati – e un programma per la composizione dei testi che ti permetteva di inserire immagini prodotte su computer – lo scanner collegato al personal computer sarebbe arrivato più tardi. Non c’era ancora la lettura del file in post-produzione e si verificavano spesso incompatibilità di file e di supporti di registrazione, tra cui i floppy disk. Per queste ragioni preferivamo stampare su carta lavori realizzati in digitale e riprenderli fotograficamente. In questo modo il digitale dialogava con la fotocomposizione ancora presente.

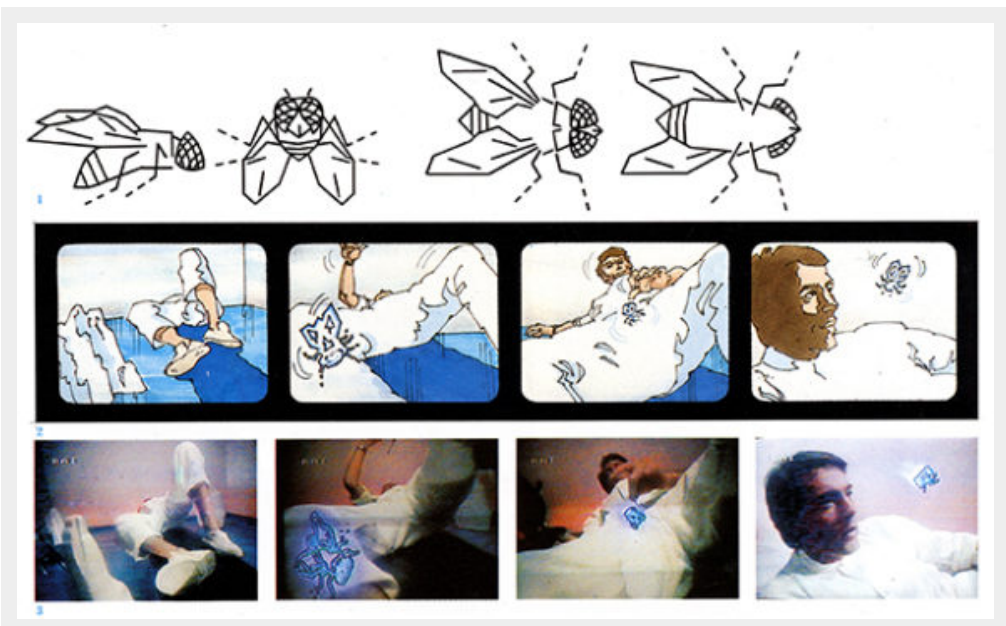


Fig. 7 - Mario Convertino, studi, storyboard e frame relativi alla sigla del programma televisivo Mister Fantasy, 1982 (da Colonetti, 1986).



Fig. 8 - Mario Convertino, lettering e scenografia per il programma televisivo Mister Fantasy, 1982.

Qual era lo stato delle tecnologie e degli strumenti nell'ambito della progettazione grafica, prima dell'arrivo dei computer in studio?

Anzitutto la lavorazione del progetto richiedeva tempi lunghi, poiché in studio non avevamo a disposizione tutti gli strumenti reperibili ora con facilità. Con questo non voglio dire che adesso sia più semplice il processo creativo però, per esempio, ora si ha la possibilità di realizzare rapidamente bozze piuttosto vicine al risultato finale. Negli anni ottanta, non essendoci internet, anche solo la ricerca del materiale iconografico richiedeva più tempo. Noi avevamo un archivio composto da ritagli di giornale e da immagini "saccheggiate" dai libri. Sembrava Wikipedia! Il punto di forza nella visualizzazione dei bozzetti di Mario proveniva proprio dalla ricchezza del nostro archivio iconografico. I soggetti erano ordinati per categorie tra cui, per esempio, *fiore*, *texture*, *città* con le relative sotto-cartelle: *cieli*, *monumenti*, ecc. Eravamo ingordi di tutto perché tutto poteva essere funzionale alla realizzazione dei layout che erano realizzati come collage. Avevamo fotocopiatrici in studio e la camera per le riproduzioni fotografiche. Era necessario avere una spiccata arte manuale. C'erano tanti ragazzi impiegati in studio e il flusso lavorativo doveva essere totalmente coordinato. C'era chi sapeva disegnare meglio e finalizzava le illustrazioni e nel frattempo qualcun altro impaginava secondo gli ingombri previsti per le immagini. Tuttora, anche se piattaforme come Shutterstock si sono arricchite e sono meno banali che in passato, evitiamo di utilizzarle. Spesso si andava anche in giro a fotografare e tutto ciò influiva sul tempo di lavoro. Per una copertina di disco poteva occorrere persino un mese: due settimane per il concept, poi la presentazione, poi la messa a fuoco della proposta scelta e infine l'impaginazione dei testi. Quest'ultima operazione era un calcolo matematico. Si sceglieva come comporre il testo e in seguito si delegava a una società esterna la riproduzione secondo indicazioni di corpo, interlinea, ecc. Era la fotocomposizione. Quando impaginavamo riviste, come *Uomini & Business*, rivista di economia edita da ESTE a partire dal 1989, i layout di tutte le pagine erano realizzati a mano. A volte i titoli erano realizzati con le lettere trasferibili Letraset, ma più spesso inviavamo dei fax con le indicazioni al fotocompositore in modo che potesse memorizzare le nostre scelte. Durante il flusso di lavoro capitava che ci fossero momenti morti in cui si aspettava che il fotocompositore inviasse le strisce di testo richieste. Era un processo per metà tecnologico, per metà manuale e artigianale. C'erano tante "botteghe" che lavoravano e una grande capacità di immaginarsi il prodotto finito. Credo che l'avvento del computer abbia mutato proprio la capacità immaginifica e i processi conseguenti sono stati inevitabilmente diversi. A volte gli stessi software sono stati capaci di contaminare il risultato finale. Penso, per esempio, alla casualità: mentre scegli una font, te ne capita un'altra e capisci che funziona meglio.

Tuttavia mi sembra che anche durante l'iter lavorativo analogico potessero accadere sorprese e scelte inaspettate.

Certamente, ma bisognava trovare le font disponibili presso le società esterne che si occupavano della fotocomposizione. Nel corso degli anni alcune di queste società si erano specializzate nel settore pubblicitario o nella moda, e per questo motivo avevano acquisito numerosi caratteri contemporanei. Per la rivista *Uomini & Business*, scelta una font, abbiamo ottenuto l'esclusiva sul suo utilizzo per un dato periodo dalla società che la distribuiva.

Come prosegue il rapporto con il computer?

In studio era uno strumento per progettare ma non per produrre. Il computer è stato utilizzato per la progettualità iniziale e per fare gli storyboard, non per la produzione del video. Per questo ci rivolgevamo a società i cui operatori e macchinari avrebbero potuto accontentarci e gestire al meglio le nostre esigenze. Realizzavamo disegni manuali, illustrazioni su tavole, sequenze a passo uno o storyboard come materiali preparatori con i quali ci rivolgevamo agli studi di post-produzione in cui solitamente erano disponibili un banco per la ripresa delle tavole e macchine per produzioni 2D o 3D. Per queste esigenze producevamo spesso a Roma, tanto che lo studio ben presto è stato diviso in due sedi: l'ufficio di Milano era più legato all'editoria - con riviste quali *Uomini & Business* e *Ragazza In* - e alla discografia, mentre a Roma si realizzavano i video.

Ben presto a Mario è stato chiaro che la figura del tecnico dovesse essere distinta da quella del creativo. Per far sì che la produzione fosse proficua ognuno doveva fare bene il suo mestiere: i creativi dovevano essere liberi di progettare qualsiasi cosa evitando i paletti imposti dai limiti della macchina o quelli determinati dall'incapacità di sfruttarla; i tecnici, conoscendo bene le potenzialità delle macchine, dovevano sfidare i limiti delle stesse. A ogni modo, non abbiamo mai considerato il computer uno strumento che determina le tue scelte. Ci sedevamo al computer solo dopo aver realizzato bozzetti manualmente ed esserci chiariti le idee.

Com'è cambiata la metodologia lavorativa in studio con l'avvento del digitale?

Quando sono arrivati i primi computer abbiamo capito anzitutto che potevamo ottimizzare meglio il tempo. Potevamo dedicarci di più a sperimentare idee nuove e a visualizzarle nei layout in modo piacevole, evitando il procedimento lungo cui ho accennato sopra. Con il computer avevamo la possibilità di capire immediatamente se ci convinceva un paragrafo composto in 12 punti o se fosse necessario rimpicciolirne il corpo. In studio ci siamo organizzati a seconda dei ruoli. C'era sempre chi si occupava dei disegni e realizzava tutti gli storyboard perché aveva maggiore dimestichezza manuale, chi lavorava meglio sull'aerografo e chi si avvicinava al Macintosh. Siamo arrivati anche a essere più di dieci in studio e ovviamente non tutti avevano un proprio computer.

Quanto hanno influito le esperienze di progettazione multimediale sulla vostra produzione?

Credo sia stato importante il modo in cui si sono influenzati i linguaggi del video e della stampa. Disegnavamo brochure assolutamente "video" con impaginazioni molto dinamiche, utilizzando, per esempio, caratteri tagliati o testi che sembravano fuoriuscire dai filetti come fossero animati. Spesso distribuivamo foto lunghe e strette sulla pagina come fossero su Cinemascope. Viceversa, il video diventava una sorta di impaginazione cartacea.

Tutto il lavoro svolto da noi in ambito televisivo per le sigle dei programmi, nei titoli di testa, nei sottopancia o nelle scritte in coda, nonostante la miscela di linguaggi, dichiarava l'attenzione verso l'impaginazione, la gestione dei caratteri, il *kerning*, la spaziatura.

Anche la scelta di graziati ottimizzati per il video svelava questa nostra peculiarità.

L'ottimizzazione consisteva spesso nel ripulire, arrotondare o ispessire, lì dove fossero presenti, le grazie delle lettere al fine di assecondare la lettura dei pixel in televisione.

Anche in questo caso il dialogo con i tecnici e la nostra curiosità sono risultati fattori determinanti.

L'arrivo del desktop publishing corrisponde anche alla moltiplicazione delle font digitali e dalle nuove sperimentazioni in tale campo. Come avete vissuto questo momento?

È stato un momento bellissimo. Ci affascinava Neville Brody e la diffusione della sua produzione. Ci faceva sorridere trovare nella periferia romana pizzerie con insegne composte con i suoi caratteri.

4. Silvia Sfligiotti

4 luglio 2016

Silvia Sfligiotti (Milano, 1967), graphic designer, critica della comunicazione visiva e docente. Frequentava la Scuola Politecnica di Design e, dal 1990 al 1996, lavora nello studio G&R Associati, al fianco di Giorgio Fioravanti. Nel 1997, con Fioravanti, cura la seconda edizione di "Grafica & stampa" e la pubblicazione di "La grafica in Italia" (con Leonardo Passarelli). Nel 2005 fonda lo studio Alizarina assieme a Raffaella Colutto. Cura esposizioni e pubblicazioni, tra cui "Italic 2.0: Contemporary type design in Italy" e "Multiverso" (con Cristina Chiappini) nell'ambito di IcoGrada Design Week Torino 2008 e, nel 2010, "Open Projects: Des identités non standards" (con Chiappini). Dal 2012, prima con Riccardo Falcinelli e successivamente con Davide Fornari, dirige la rivista "Progetto grafico". Insegna presso la SPD di Milano (dal 2004), l'ISIA di Urbino (dal 2012), la Libera Università di Bolzano (2009-2011) e la SUPSI di Lugano (2011-2013).

Qual era lo stato delle tecnologie e degli strumenti nell'ambito della progettazione grafica, quando lei ha cominciato la sua attività, e come si è evoluto?

Quando ho cominciato, l'iter progettuale era totalmente analogico e si era in una fase a cavallo tra fotocomposizione ottico-meccanica e quella che veniva chiamata a raggio laser. Era il 1988 e in quel momento si propendeva tendenzialmente per la tecnologia ottica, per una questione di maggior definizione e qualità. Il mio primo lavoro regolare è stato presso lo studio di Camilla Masciadri, che in precedenza aveva lavorato con Franco Bassi. Era un piccolo studio, composto da tre persone in quel periodo: l'art director Masciadri, l'assistente senior Patrizia D'Avino e io. In tale contesto, quando, per esempio, si presentava la necessità di preparare un esecutivo ci si rivolgeva esternamente per la stampa delle diapositive fotografiche che magari ti erano state consegnate dal cliente o in alcuni casi si facevano bozzetti con la copia fotografica già a misura. Per ridimensionare le immagini ovviamente si calcolavano le proporzioni in modo da consegnare la percentuale esatta d'ingrandimento o di riduzione dell'immagine al laboratorio incaricato. Le fotografie si facevano riprodurre esternamente e solitamente ci affidavamo al laboratorio di riproduzioni fotografiche Ranzini qui a Milano. Se si partiva da una stampa fotografica, si poteva fotocopiarla e utilizzare la copia per le fasi intermedie. Anche per la riproduzione xerografica ci rivolgevamo a una copisteria esterna allo studio. A volte la fotocopia poteva essere utile anche per verificare, in fase intermedia, il taglio e l'ingrandimento esatti della foto, in modo da avere la misura esatta da richiedere alla fotolito che si occupava degli impianti per la stampa.

Come si presentavano gli esecutivi?

L'esecutivo era caratterizzato da tutti gli elementi presenti nel layout quotati. Sostanzialmente tutto ciò che era "al tratto" lo montavi come esecutivo che il fotolitista avrebbe fotografato tale e quale. Tutto ciò che invece era a colori o con mezzetinte da selezionare, lo davi come originale fotografico con le indicazioni.

Consegnavi il montaggio su cartoncino rigido sul quale, a livelli diversi - in parte sul cartoncino stesso, in parte su dei lucidi - inserivi tutti gli elementi che costituivano il layout. In genere la parte testuale era montata su lucidi. Se avevi del testo colorato che si sovrapponeva a una fotografia, era necessario che tu indicassi la posizione esatta del testo che doveva essere "scavato" nell'immagine e il colore con cui doveva essere stampato. Nel caso partissi da una diapositiva, a essa andava sovrapposto un lucido sul quale riportavi la quota e ripassavi parzialmente alcune parti significative dell'immagine sottostante; in tal modo, se il lucido si fosse spostato, il fotolitista sarebbe riuscito ad avere dei riferimenti per riposizionarlo, e poi svolgere tutti i passaggi necessari per mettere insieme i livelli. Questo era il processo per ciò che riguarda la parte esecutiva una volta che il progetto era stato approvato dal committente. Tuttavia la parte più complessa era farsi approvare i progetti, mescolando tutte le possibili tecniche che ti permettevano di presentare al cliente l'effetto che tu desideravi e questo si faceva ancora con l'ausilio di tanta artigianalità. Ricordo che da Masciadri abbiamo realizzato una carta da imballo per la pasticceria Baratti & Milano, probabilmente uno dei miei primi lavori nello studio: la base era una carta Pantone su cui era poggiato un foglio di acetato sul quale io come un amanuense dovevo ripetere il logo con la tempera bianca alla quale era stato mescolato il fiele di bue, un agente maleodorante che serviva per far fissare la tempera sull'acetato.

Da ciò che racconta si ha la percezione che la giornata di un graphic designer fosse caratterizzata in gran parte da relazioni con professionisti esterni allo studio e di assemblaggio di semilavorati.

Avevi diverse fasi di lavoro con i fornitori. Per esempio i ritocchi fotografici erano fatti ad aerografo e affidati all'esterno, a un fotoritoccatore che interveniva sulle fotografie correggendo anche piccoli dettagli: da una piega da minimizzare sul lenzuolo di un letto fotografato a una ciocca di capelli da sistemare. Era tutto molto parcellizzato con tanti fornitori diversi per ogni fase.

Ha avuto la percezione che con il passare del tempo questa parcellizzazione sia diminuita?

Dal 1990 circa ho vissuto in un ambiente di lavoro completamente differente, entrando nello studio G&R Associati e cominciando a lavorare con Giorgio Fioravanti. Ciò coincideva con un cambio anche della struttura produttiva. G&R Associati era attrezzato internamente con il reparto di fotocomposizione e con la reprocamera - probabilmente erano tre gli operatori impiegati al suo interno su due postazioni almeno -, per cui numerose fasi che prima erano commissionate esternamente erano realizzate all'interno dello studio.

Il primo lavoro fatto con Fioravanti è stato una serie di volumi di arte medievale per l'Enciclopedia Treccani. In quel caso abbiamo realizzato quasi tutto noi: ricevevamo le immagini dalla redazione - diapositive di grande formato -, facevamo delle riproduzioni molto grezze a uso interno in reprocamera al fine di avere qualcosa da fotocopiare e da impaginare, consegnavamo un impaginato con il testo collocato precisamente sulla gabbia e con le fotocopie delle immagini da riprodurre su misura. In quel caso non davamo nuovamente la quotatura sulla foto, perché sarebbe stato un lavoro infernale vista la quantità di immagini, e faceva fede l'impaginato.

Quali strumenti utilizzavate quotidianamente per l'impaginazione dei testi?

Noi utilizzavamo il tipometro quando si trattava di rilevare, a partire da un campione di testo già composto, l'altezza del carattere e l'interlinea. Ciò serviva sia se partivi da un testo che avevi preso - da pubblicazioni varie, riviste o libri - come riferimento per la tua nuova composizione sia nei casi in cui non avessi la documentazione dettagliata di un lavoro in precedenza avviato e che bisognava proseguire. Sul tavolo da lavoro c'era anche il tappetino da taglio su cui tagliavi le strisciate di testo che ti arrivavano dalla fotocomposizione.

La grossa evoluzione, arrivata in studio nei primi anni novanta, riguardava la possibilità che il reparto di fotocomposizione ti consegnasse la pellicola già impaginata. Fino ad allora tutti gli elementi di testo dovevano essere disposti in modo preciso manualmente, fotografati dal fotolitista e inseriti nelle pellicole di stampa. Il passaggio successivo sono stati i sistemi di fotocomposizione che impaginavano. Ciò ci permetteva di fare montaggi meno precisi. Se si trattava di progettare libri, ricevevi dal fotocompositore le strisciate di testo - che a un certo punto hanno cominciato a essere stampate non più su carta fotografica ma su carta comune -, le montavi su gabbie prestampate, che avevano un numero preciso di righe e di interlinea che ovviamente corrispondeva a quella del testo che avevi fatto comporre. Consegnavi il montaggio al fotocompositore che, facendo riferimento alla gabbia, produceva pellicole nelle quali tutto il testo era già nella posizione esatta che avevi richiesto. In G&R Associati, avendo i fotocompositori interni, capitava spesso che ti sedessi accanto a loro e verificassi l'avanzamento su terminali su cui l'impaginato era visualizzabile in maniera abbastanza precisa ma ancora in verde e nero. L'operatore doveva inserire istruzioni sotto forma di codice e l'interfaccia grafica permetteva di vedere un'anteprima solo parzialmente fedele al risultato finale.

A quel punto l'impaginazione editoriale diventava molto più precisa perché veniva prodotta la pellicola del nero con tutti gli elementi in posizione. C'era una fotounità collegata agli apparecchi di fotocomposizione che produceva la pellicola del nero. Questo diventava l'esecutivo per i testi cui comunque andava aggiunto un riferimento relativo agli ingombri delle fotografie per il fotolitista. In tal modo i fotolitisti potevano fare la selezione della quadricromia e unire il nero ricavato dalle immagini al nero del testo, mettendo tutto a registro. Le misure della gabbia erano fornite in millimetri ai fotolitisti esterni e in punti ai fotocompositori interni. Per questa ragione le gabbie prodotte internamente erano sempre tradotte anche in millimetri e io sapevo che x righe, che corrispondevano a x punti, andavano arrotondate a x millimetri.

Nel frattempo, negli anni novanta, i primi Apple Macintosh avevano cominciato a diffondersi. Come veniva percepito in studio l'avvento di queste nuove tecnologie?

All'inizio degli anni novanta in G&R Associati era disponibile un solo Macintosh, bisognava contenderselo e organizzarsi per poterlo utilizzare. Il primo progetto che ho realizzato con quel computer è stato una carta da pacco caratterizzata da un pattern con il logo del cliente precedentemente vettorializzato in Macromedia FreeHand. In quel caso, dal momento che il file sarebbe stato troppo pesante per la macchina, ho realizzato soltanto un modulo della carta da imballo poi stampato e moltiplicato analogicamente. C'è stato un periodo di transizione piuttosto lungo prima che ognuno avesse il proprio computer. Inoltre bisognava comunque mantenere in vita la struttura interna di fotocomposizione a cui andava dato lavoro; i progetti venivano organizzati in modo tale da poter garantire loro ancora delle commissioni nonostante i grafici avrebbero potuto già realizzare tutto autonomamente.

In seguito i fotocompositori rimasti in studio hanno seguito corsi di formazione per utilizzare i Mac e hanno cominciato a impaginare a partire dalle tracce date, trasformandosi in grafici impaginatori.

Come le sembrava che reagisse il panorama della grafica italiana all'avvento del digitale?

Un fattore veramente determinante in quegli anni è che i giovani, che sarebbero stati più propensi a dotarsi di computer, non potevano permetterseli perché erano ancora troppo costosi e richiedevano investimenti talvolta proibitivi. Nel momento in cui dovevi fare “il salto” e cominciare a lavorare autonomamente – nel mio caso attorno al 1996 –, dovevi mettere in conto un discreto investimento. Percepivo che chi poteva garantirsi attrezzature al passo con i tempi non le apprezzava fino in fondo, le considerava un semplice aggiornamento e non riusciva a comprendere le reali conseguenze del cambio di strumenti e di prospettiva. Ricordo che per un progetto Fioravanti era seduto accanto a me mentre lavoravo al computer. Mi aveva chiesto di realizzare una proposta a partire da un suo bozzetto. Mentre guardava il mio schermo, ho accidentalmente selezionato una casella di testo determinandone il cambio di colore istantaneo. Mi ha fermata chiedendomi di eseguire il progetto esattamente in quel modo fortuito. Questo è stato possibile a causa di un nuovo strumento che era personale e finalmente disponibile per tutto l'orario lavorativo.

Un altro segnale di mutamento riguardava le font. All'inizio le acquisivamo un po' di soppiatto, senza interrogarci troppo sulla provenienza e, in molti casi, all'insaputa dei titolari dello studio. Capitava spesso che ti duplicassi le font che un tuo collega aveva sul suo computer. C'era solo una vaga percezione che avresti dovuto avere una licenza e inoltre si percepiva un forte senso di libertà che derivava dall'essere passati dalle font del sistema di fotocomposizione o dal pacchetto base installato sul computer dello studio, alla potenzialità di utilizzare qualunque font riuscissi a installarti. Ricordo che dentro G&R Associati mi trovavo a dover rompere il ghiaccio sul tema dell'ampliamento del bacino dei caratteri, sia nei confronti dei titolari dello studio sia con i colleghi. Cercavo insomma di uscire dai canoni che si erano costruiti inevitabilmente influenzati dalle tecnologie precedenti. Per me era un'opportunità.

Come stava mutando la sua consapevolezza all'interno dello studio?

In quegli anni con Fioravanti abbiamo cominciato a lavorare sia alla nuova edizione di *Grafica & stampa* sia a *La grafica in Italia*.^[4] Sono state esperienze decisive per il mio percorso professionale e formativo. In *Grafica & stampa* mi sono occupata personalmente della parte concernente le tecnologie di stampa coeve, mentre *La grafica in Italia* mi ha permesso di conoscere da vicino alcuni esponenti del graphic design contemporaneo italiano. Probabilmente fino ad allora non avevo ancora la percezione chiara dell'aspetto culturale e dei cambiamenti in atto. Intuivo il mutamento tra le righe ma non lo avevo ancora enucleato in maniera chiara. Sicuramente l'avvento delle nuove tecnologie ha aperto nuove possibilità e anche un certo tipo di esplorazioni che ho intrapreso personalmente. Ho cominciato ad abbonarmi a Emigresolo nel 1998, ma la cultura postmoderna la percepivo già prima nell'aria attraverso i libri e altre riviste che compravo. Nel 1995 mi sono procurata *Precision Type Font Reference Guide*,^[5] un campionario di font che mostrava cosa fosse disponibile in quel momento, con i riferimenti alle fonderie. Nonostante FontFont non fosse ancora inclusa, questa pubblicazione era comunque un grande repertorio di caratteri. L'altro riferimento era il FontBook di FontFont con tutti i caratteri da loro pubblicati. Prima di ogni progetto sfogliavo queste pubblicazioni e vedevo in che modo recuperare eventualmente i caratteri

Nell'indagine che ha realizzato intorno alla grafica italiana, percepiva che le nuove generazioni di graphic designer fossero consapevoli del dibattito internazionale? Naturalmente le figure più interessanti erano già attive. Ero in contatto con Alessio Leonardi e Fabrizio Schiavi che avevano realizzato la rivista Climax assieme ad Alessandro Manfredini, noto come Jumbo.

Climax raccontava non solo il contesto italiano ma anche esperienze straniere, tra cui *Fuse*. I fondatori della rivista avevano anche messo in piedi un primo tentativo di fonderia digitale: Fontology. Anche Mauro Carichini aveva disegnato font distribuite da fonderie digitali straniere. Loew & Associati invece erano i responsabili della grafica del Link di Bologna, spazio allora occupato, mentre Alessandra Morcella e Stefano Tonti lavoravano per la scena dei locali di Rimini e dintorni. A un estremo del panorama nazionale c'erano figure come loro che si possono considerare allineate al dibattito di allora. Nei loro progetti percepivo il tentativo di rottura degli schemi, la ricerca dichiarata dell'errore, l'idea di utilizzare il caso senza una pianificazione chiara del progetto. Probabilmente ciò era determinato dai nuovi strumenti che permettevano un approccio più immediato. Poi c'erano anche grafici come Barbara Forni e Sergio Menichelli - in seguito Studio FM Milano - che provenivano da esperienze in studi più grandi quali quelli di Ettore Sottsass Jr e di Michele De Lucchi, che avevano garantito loro una formazione differente.

In realtà, in molti grafici della mia generazione, compresa me, era ancora percepibile il legame con le metodologie progettuali degli studi grafici con una storia più lunga.

Ci sono processi o metodologie che si è portata dietro nel passaggio da una tecnologia all'altra?

Credo che con l'arrivo del digitale il cambiamento più rilevante per me sia stata la libertà tipografica. Per il resto mi sento ancora figlia della formazione che ho ricevuto, legata alla cultura del progetto e definita da una pianificazione e strutturazione del contenuto piuttosto netta. Nella mia esperienza personale credo ci sia stata una continuità nell'avvicinarsi delle tecnologie più che una rottura forte. Per me è stata una questione di indipendenza e autonomia, per altri solo un aggiornamento. D'altra parte Wolfgang Weingart, April Greiman e la maggior parte delle persone ricordate per aver rotto le strutture, lo hanno fatto anche prima dell'avvento del digitale.

Credo che molto dipenda dall'autonomia: maneggiare un dato strumento e investirci tutto il tempo che desideri come singola persona, provare tutti gli effetti e le potenzialità che ti interessano. Nel mio caso, la pianificazione per esempio è conseguente al fatto che ho cominciato a fare grafica in un periodo in cui ogni pezzo di un progetto era realizzato da una persona diversa, per di più in una struttura in cui il potere decisionale non era nelle mie mani. Sicuramente non avrei chiesto alla mia collega nel reparto di fotocomposizione di provarmi tutte le possibili distorsioni di un carattere tipografico per scegliere quella che mi piaceva di più, perché non faceva parte di quella logica di lavoro. Nel momento in cui avevo il computer a mia disposizione, stava a me decidere se e come usare gli strumenti. Ovviamente mi sono dovuta costruire autonomamente una cultura della tipografia digitale contemporanea perché non l'avevo avuta né alla Scuola Politecnica del Design di Milano che ho frequentato, nella quale questi strumenti erano allora assenti, né da Fioravanti, che mi ha trasmesso le basi di una tipografia più tradizionale. A me sembrava un grande limite della cultura della grafica italiana il fatto che quasi nessuno sapesse parlare di tipografia all'epoca. Invece per quel che mi riguarda, mi sembrava fosse l'elemento più forte che veniva da questi nuovi strumenti. Forse perché per me la grafica è sempre stata anzitutto tipografia e lettere.

Le è mai capitato di realizzare un progetto che, in un periodo circoscritto, sia stato avviato con una tecnologia e si sia chiuso con un'altra? Come ha affrontato il cambiamento di strumentazione in tal caso?

Mi è capitato durante il passaggio dalla fotocomposizione al computer. Il fattore più complesso era ricostruire i parametri tipografici perché non erano più equivalenti tra i due sistemi. Per esempio il Baskerville della fotocomposizione non era il Baskerville del computer. Mi ricordo che tutta la seconda edizione di *Grafica & stampa* di Fioravanti, che doveva mantenere la struttura dell'edizione precedente, è stata fatta su Mac con una versione digitale del Baskerville abbastanza diversa dal carattere usato per la prima edizione in fotocomposizione.[6] Invece Il dizionario del grafico, realizzato qualche tempo prima, è stato composto esternamente, ma per qualche motivo il tracking del testo era decisamente troppo stretto: credo che il compositore, che lavorava con QuarkXPress per Mac, avesse cercato di approssimare le composizioni dei libri precedenti senza riuscirci.[7]



Fig. 9 - G&R Associati, confronto tra la prima edizione di *Grafica & stampa* (1984) realizzata in fotocomposizione, e la seconda, progettata in digitale (1997) / Biblioteca del progetto grafico, AIAP CDPG, Milano.

Ci sono progetti firmati da lei che ritiene possano raccontare bene il primo periodo in cui si avvicina autonomamente alla tecnologia digitale?

Mi vengono in mente due manifesti progettati quando ho cominciato a lavorare in modo indipendente: il primo era per un cortometraggio realizzato da due amici, nel 1997; il secondo per la mostra *Azione X Visione* organizzata nel 2000 da AIAP per Santarcangelo dei Teatri (AIAP, 2000). Tra i lavori realizzati in quel periodo, sono quelli in cui mi sono allontanata dall'impostazione più orientata alla tipografia per lavorare con l'immagine in un modo per me inusuale. Erano anche progetti molto diversi, come intenti e committenza, da quello che mi capitava di fare prima in G&R Associati. Nel caso del poster per Santarcangelo dei Teatri sono partita da un'immagine, scansionata, rielaborata pesantemente, su cui ho sovrapposto il testo.

Uno dei primi clienti che ho avuto come graphic designer autonoma è stato Zanichelli, con cui avevo già lavorato in G&R Associati. Questo fattore determinava inevitabilmente delle aspettative sul progetto finale da parte dell'editore. Umberto Tasca, il direttore editoriale della casa editrice, era un uomo che aveva una buona conoscenza della grafica e un'impostazione rigorosa, che lo spingeva a mettere dei paletti, per esempio, sulle scelte tipografiche. Ci sono stati casi in cui lui ha protestato contro alcuni layout in cui proponevo l'utilizzo di più font, forse tre o quattro diverse.



Fig. 10 - Silvia Sfligiotti, prove di impaginazione per il manifesto realizzato in occasione della mostra *Azione X Visione*, 2000 / Archivio Sfligiotti, Milano.

Quali software di progettazione utilizza ora?

Ora utilizzo il pacchetto Adobe in maniera pressoché elementare. Non sono mai andata alla ricerca dell'effetto o del filtro, per cui le mie esigenze sono abbastanza semplici e le funzioni che uso sono quelle base. Non è "defaultismo" il mio, è piuttosto un modo di lavorare che risente ancora del periodo in cui mi sono formata in cui dovevi pianificare quello che andavi a fare. Può succedere che ci sia nei miei lavori anche l'errore e la casualità ma non è quello che inseguo.

Riferimenti bibliografici

- Associazione italiana progettazione per la comunicazione visiva [AIAP] (2000). *Azione X Visione: 30 anni di ricerca in 30 manifesti. Catalogo della mostra*, 6-16 luglio 2000, Santarcangelo dei Teatri. Santarcangelo di Romagna: AIAP.
- Baroni, D. (1986). *Il manuale del design grafico*. Milano: Longanesi.
- Colonetti A. (1986). *La sigla televisiva: Il sipario come spettacolo*. In *Linea Grafica*, 2, 22-31.
- Fioravanti, G. (1984). *Grafica & stampa: Notizie storiche e informazioni tecniche per chi stampa e per chi fa stampare*. Bologna: Zanichelli.
- Fioravanti, G. (1987). *Il manuale del grafico: Guida alla progettazione grafica e all'impaginazione del prodotto editoriale*. Bologna: Zanichelli.
- Fioravanti, G. (1993). *Il dizionario del grafico*. Bologna: Zanichelli.
- Fioravanti, G., & Sfligiotti, S. (1997). *Grafica & stampa: Notizie storiche e informazioni tecniche per chi stampa e per chi fa stampare*. II ed. Bologna: Zanichelli.
- Fioravanti, G., Passarelli, L. & Sfligiotti, S. (1997). *La grafica in Italia*. Milano: Leonardo Arte.
- Hohenegger, A. (1973). *Graphic design: Estetica & funzione, tecnica & progettazione*. Roma, Romana libri alfabeto.
- Level, J., Newman, B., & Newman, B. (1995). *Precision type font reference guide: Version 5.0*. New York: Precision Type - Commack.
- Pieracini, R. (1989a). *Dentro un'azienda*. In Torri, G. (a cura di), *Grafica: La cultura del progetto* (pp. 29-38). Milano: AIAP.
- Pieracini, R. (1989b). *Progetto d'immagine. Uno studio grafico all'interno*, Roma: NIS.

NOTE

1. Per un approfondimento tecnico sull'evoluzione delle tecnologie della progettazione grafica dall'introduzione della fotocomposizione all'avvento del digitale si vedano Hohenegger (1973), Fioravanti (1984, 1987, 1993), Baroni (1986) e Fioravanti & Sfligiotti (1997).↵
2. Cfr. www.houseorgan.net.↵
3. Cfr. Pieracini (1989a, 1989b).↵
4. Cfr. Fioravanti & Sfligiotti (1997) e Fioravanti, Passarelli & Sfligiotti (1997). ↵
5. Cfr. Level, Newman & Newman (1995).↵
6. Cfr. Fioravanti (1984) e Fioravanti & Sfligiotti (1997).↵
7. Cfr. Fioravanti (1993).↵

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

VOL. 4 / N. 8
OTTOBRE 2016

GLI ANNI DEL CONTATTO:
GRAPHIC DESIGN, NUOVE
TECNOLOGIE E NUOVI MEDIA

ISSN
2281-7603
