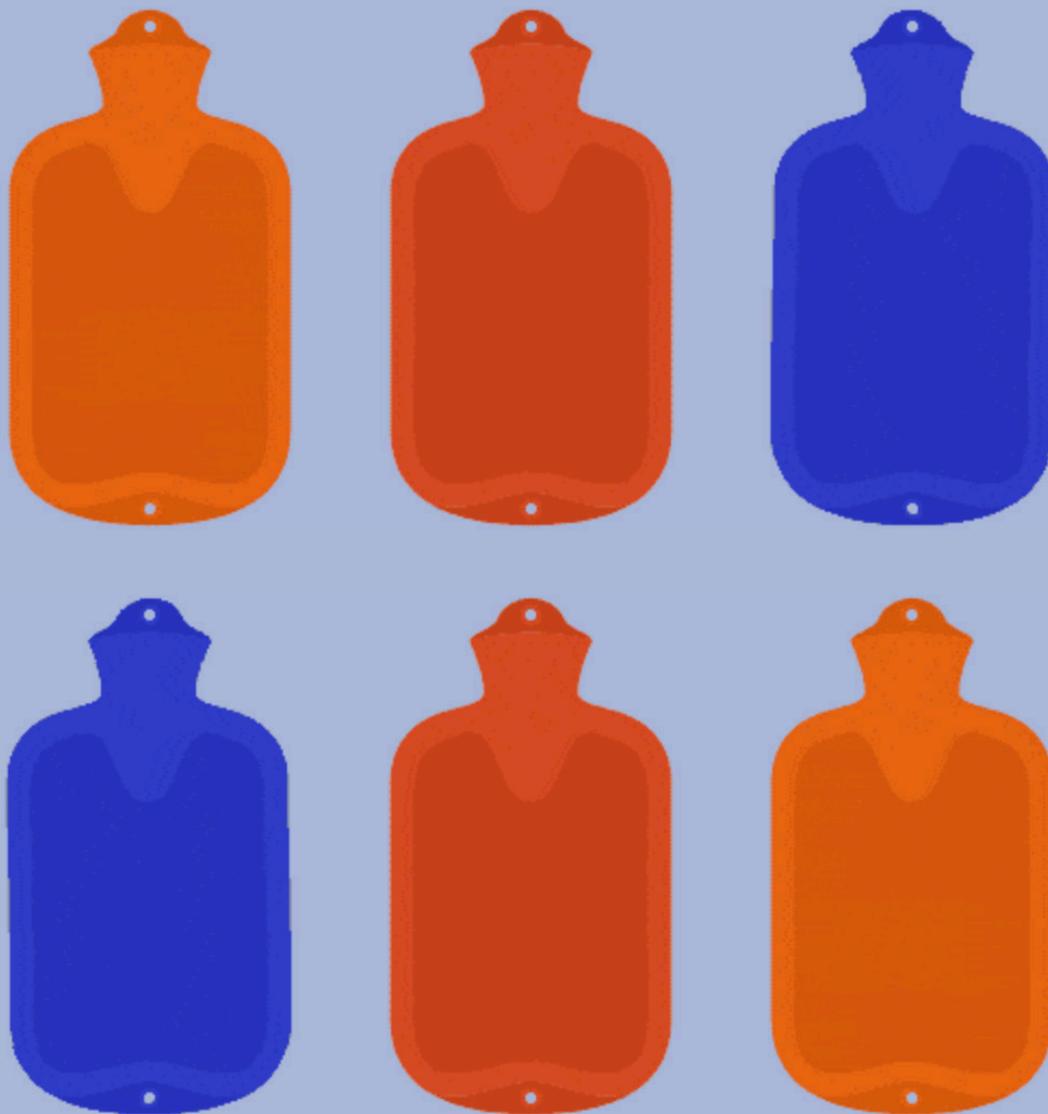


# Ais/Design Journal

## Storia e Ricerche

BORSE PER ACQUA CALDA, PIRELLI, 1940



---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**

VOL. 2 / N. 4  
NOVEMBRE 2014

**ITALIAN MATERIAL DESIGN:**  
**IMPARANDO DALLA STORIA**

**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](mailto:journal@aisdesign.org)

**WEB**

[www.aisdesign.org/ser/](http://www.aisdesign.org/ser/)

---

---

Ais/Design  
Journal

---

**Storia e Ricerche**

---

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

---

**COMITATO DI REDAZIONE** 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 Balcıođlu, 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

---

---

<b>EDITORIALE</b>	<b>ITALIAN MATERIAL DESIGN: IMPARANDO DALLA STORIA</b> Giampiero Bosoni, Marinella Ferrara	8
<hr/>		
<b>RICERCHE</b>	<b>“LIEVITARE” LA MATERIA. PIRELLI, LA GOMMA, IL DESIGN E LA DIMENSIONE POLITECNICA NEL SECONDO DOPOGUERRA</b> Marinella Ferrara	13
	<b>MATERIALI E TIPI AUTARCHICI. LA CULTURA DEL PRODOTTO TRA INDUSTRIA E ARTIGIANATO NELL'ITALIA DEI PRIMI ANNI QUARANTA</b> Federica Dal Falco	55
	<b>DALLA CELLULOIDE ALLA PLASTICA BIO: 150 ANNI DI SPERIMENTAZIONI MATERICHE LETTE ATTRAVERSO L'AZIENDA MAZZUCHELLI 1849</b> Cecilia Cecchini	76
	<b>PAOLO DE POLI (1905-1996), MAESTRO DELLO SMALTO A GRAN FUOCO</b> Valeria Cafà	102
	<b>L'APPROCCIO DELLA FRATELLI GUZZINI AI MATERIALI</b> Valentina Rognoli, Carlo Santulli	113
	<b>PROTAGONISTI E MATERIALI DELLA CULTURA DEL PRODOTTO INDUSTRIALE NELL'ITALIA PIÙ A SUD. INTENZIONI E SPERIMENTAZIONI NELLE FIGURE DI ROBERTO MANGO E NINO CARUSO</b> Vincenzo Cristallo, Ermanno Guida	130
	<b>ABET LAMINATI: IL DESIGN DELLE SUPERFICI</b> Chiara Lecce	151
	<b>IL DESIGN DEI MATERIALI IN ITALIA. IL CONTRIBUTO DEL CENTRO RICERCHE DOMUS ACADEMY 1990-1998</b> Giulio Ceppi	194
<hr/>		
<b>MICROSTORIE</b>	<b>THE THREAD OF CORONA KRAUSE, BEYOND THE BAUHAUS</b> Matina Kousidi	222
	<b>FRANCO ALBINI E LA GOMMAPIUMA PIRELLI. PER UNA STORIA DELLA SCHIUMA DI LATTICE DI CAUCCIÙ IN ITALIA (1933-1951)</b> Giampiero Bosoni	236
	<b>IL PLISSÉ E LA SETA PER CAPUCCI</b> Sabrina Lucibello	275
<hr/>		
<b>RILETTURE</b>	<b>DESIGN E PROGETTO</b> Augusto Morello	293
	<b>CLINO TRINI CASTELLI: DESIGN PRIMARIO</b> Clino Trini Castelli, C. Thomas Mitchell	305

---

<b>RECENSIONI</b>	<b>TRAME. LE FORME DEL RAME TRA ARTE CONTEMPORANEA, DESIGN, TECNOLOGIA E ARCHITETTURA</b>	314
	Matteo Pirola	
	<b>MATERIALE CIBO: SPERIMENTAZIONI SU PANE, PASTA E ZUCCHERI EDIBILI</b>	329
	Alessandra Bosco	
	<b>DESIGN IS ONE: THE VIGNELLIS</b>	336
	Gabriele Oropallo	
	<b>CRITICA PORTATILE AL VISUAL DESIGN. DA GUTENBERG AI SOCIAL NETWORK</b>	340
	Dario Russo	

---

# Recensioni

---

ID: 0418

RECENSIONI

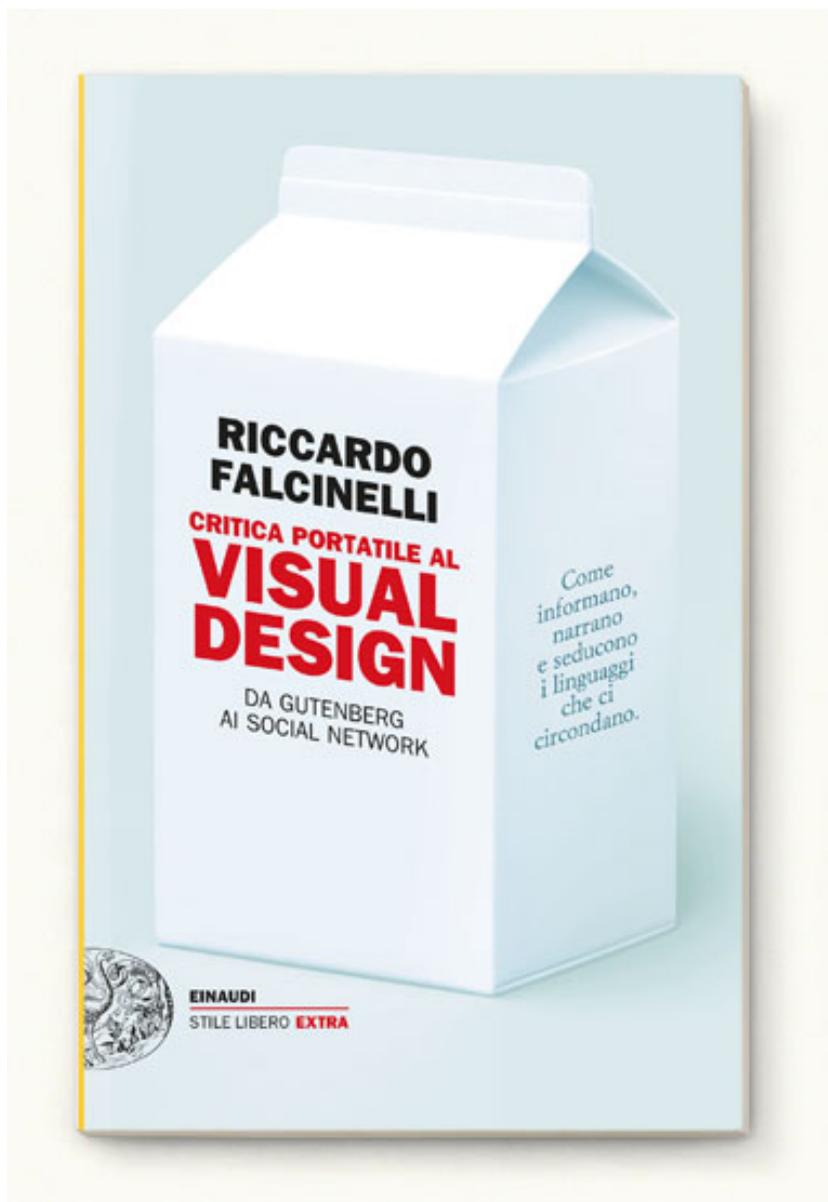
## CRITICA PORTATILE AL VISUAL DESIGN. DA GUTENBERG AI SOCIAL NETWORK

Dario Russo

Orcid id 0000-0002-0063-0593

### PAROLE CHIAVE

Design, Grafica, Riccardo Falcinelli, Storia, Teoria, Tipografia



---

Quando m'incuriosisce un libro, a volte, chiedo all'autore (o all'editore) di spedirmelo per una recensione. Tuttavia, non sempre la scrivo, perché dopo qualche pagina, mi capita di chiudere il libro per non aprirlo più, semplicemente perché mi annoio. Al contrario, questa *Critica portatile al visual design* di Falcinelli s'è fatta leggere pagina per pagina, molto piacevolmente, mantenendosi sempre all'altezza dell'incipit intrigante:

“In un giorno imprecisato del 1524, Marcantonio Raimondi, forse il più grande incisore dei suoi tempi, viene arrestato dalle guardie di papa Clemente VII e rinchiuso nelle carceri vaticane. È coinvolto in un crimine spaventoso e sporchissimo. Non si tratta di omicidio o furto, non è magia nera e neppure eresia. A quanto ci risulta, si tratta di un crimine nuovo, mai commesso prima. È accusato di quello che, con un termine moderno, chiamiamo “design” (p. 3).

Con numerosi aneddoti di questo genere pimentato, un primo pregio del libro di Falcinelli è che offre subito una chiara definizione dell'argomento da sviluppare (come suggerisce Platone nel *Fedro*). Così, per esempio, descrive il quid del suo libro:

“tutto ciò che si vede fa parte del *visual design*? Non tutto. Tutto quello che è progettato per essere visto secondo certe intenzioni: per informare, raccontare o sedurre gruppi di persone all'interno della società di massa (9). E ancora: il *visual design* progetta anzitutto *rappresentazioni*. E una rappresentazione è, appunto, qualcosa che si mostra sensibilmente al nostro sguardo, ma pure qualcosa che finisce per abitare i nostri pensieri” (p. 21).

E così, benché le definizioni troppo rigide possano risolversi in

“nomenclature scivolose e un po' vaghe” (p. 46),

Falcinelli definisce, in modo funzionale al suo ragionamento, i termini classici del *visual design*: marchio, *brand*, *namining*, *layout*, grafica, stile...Ma la definizione che mi sembra più interessante è forse quella di “design” tout court: una definizione, come tutti sanno, pressoché impossibile a darsi, perché il design sembra essere una coperta troppo corta che, comunque la metti, lascia sempre fuori qualcosa, o, al contrario, una specie di camaleonte suscettibile d'infinite e instabili colorazioni. Molto semplicemente, per Falcinelli design è

“la progettazione di artefatti o eventi attraverso procedure prestabilite e ripetibili.

Oltre a oggetti, si può prevedere anche la copia di un evento, come accade con le arti performative” (p. 45).

Questa definizione è molto interessante, nella sua semplicità, perché, più che sulla forma, mette l'accento sul processo. Il libro di Falcinelli, a mio avviso, non è infatti un libro di grafica tout court; è *visual design* in senso ampio, caldamente consigliato agli studenti dei Corsi di Studi in Design, perché dice loro che dietro molte “apparenze” c'è una scelta precisa, progettata (a monte) per essere riprodotta e diffusa in modo performante:

“Nella moda, il vestito di cui si parla è quello di *haute couture*; bello immaginifico quanto si vuole, ma risolto anzitutto sul piano espressivo, come fosse una scultura. Saper progettare le magliette del supermercato, invece, richiede ambiti e competenze ben più ampi: uno stesso disegno deve infatti funzionare su taglie diverse; ci sono valutazioni anatomiche e antropologiche che investano la scelta dei materiali e delle cuciture; ci sono i problemi relativi al colore sia sul piano igienico sia su quello simbolico; per non parlare della resistenza dei tessuti e delle tinte; delle finiture e degli elastici; della tenuta ergonomica e della sostenibilità in rapporto al prezzo” (p. 7)

La tecnologia, soprattutto, detta le regole e riconfigura il nostro modo di approcciare le cose, si potrebbe dire il nostro stare al mondo. Non a caso, Falcinelli mette l'accento sulla stampa come caso lungimirante di design (ribadendo una felice intuizione di Renato De Fusco, *Storia del design*, Laterza, Roma-Bari 1985), per evidenziare come un processo tecnico, finalizzato alla moltiplicazione seriale del libro e alla sua capillare distribuzione, segni una differenza epocale tra l'opera artigianale e il prodotto moderno massificato, *designed* appunto per un (nascente) mercato di massa. Ecco perché il libro di Falcinelli, invece di sfoggiare carta patinata e una rilegatura in filo refe come ci si potrebbe aspettare da un libro "visivo", si presenta come prodotto tascabile, uso-mano, con legatura fresata; è insomma un prodotto realizzato secondo lo standard dell'industria di massa per garantire capillarità in libreria e costo (prezzo) contenuto. L'autore, infatti, non ambisce al museo (dove sono sepolti i libri d'arte) ma al supermercato (dove si consuma anche la cultura).



---

Ma l'aspetto più interessante del libro sta per me nell'approccio critico. Questo titolo è infatti molto ben scelto: è *portatile*, cioè tascabile, agile e pensato per la massa, come abbiamo appena detto; parla di *visual design* in un'accezione ampia ma precisamente circoscritta a ciò che è progettato per essere visto (con un processo seriale e all'interno di un contesto storico-culturale); e si tratta di una formidabile *critica*

- "non come giudizio, ma come messa in discussione" (p. 301) -

che sviscera le cose del mondo al di là di ciò che sembra inamovibile o casuale, perché molte cose sembrano innocenti e sono invece *visual design*. E dunque, per capire il design, dobbiamo sempre chiederci non "cos'è e che significa?", ma "chi l'ha progettato e perché?". Bisogna quindi farsi le domande giuste.

Per esempio, se comunemente si pensa che i prodotti più sensazionali siano progettati da professionisti del design, Falcinelli mette in chiaro che si tratta anche dell'opera di orefici (Gutenberg e Dürer), ingegneri (Charles Minard, autore della formidabile mappa che illustra la campagna di Russia di Napoleone), economisti e sociologi (Otto Neurath, esponente del Circolo di Vienna e padre dell'infografica con l'invenzione di Isotype, negli anni venti del secolo scorso), disegnatori (di diagrammi elettrici, Harry Beck, progettista della mappa della metropolitana londinese, 1931), matematici (gli ideatori di Worldmapper)... quindi designer non è chi prende un titolo di studio ma un

"participio presente: è 'colui che progetta'".(p. 11)

Se sempre si associa il design al prodotto industriale, al mobile, all'artefatto comunicativo o (di recente) al servizio e alla strategia, ragionando in termini di serializzazione, diffusione ed eloquenza sui grandi numeri,

"l'autore dei discorsi del presidente degli Stati Uniti, diffusi su milioni di teleschermi, di pagine web, di giornali, in cui ogni sillaba è calibrata per ottenere la massima efficacia, è uno scrittore o è uno *speech designer*?".(p. 52)

Se tutti pensano che le merci, attraverso il *visual design*, rappresentino l'identità del produttore (identità aziendale, appunto), ciò è vero solo in parte:

"le merci somigliano al loro produttore e pure a chi le comprerà: perché, sul piano delle identità, il design è allo stesso tempo l'immagine di chi parla e di chi 'viene parlato'".(pp. 117-118)

Se il packaging riguarda prima di tutto i prodotti in scatola,

"più in generale è il modo in cui le cose si presentano ai nostri occhi" (p. 138);

il suo grado zero è il bollino di qualità sulle banane, mentre raggiunge i massimi livelli là dove sembra non esserci, come nel caso della carne: le lampade del reparto bovino del supermercato, a differenza delle altre, emettono tutte le radiazioni tranne quelle verdi, per far sembrare la carne più rossa:

"è packaging fatto con l'illuminotecnica" (p. 139);

del resto, il trucco più grande che il diavolo abbia mai fatto è stato convincere il mondo che lui non esiste... Se oggi chiunque ha modo, col proprio computer, di utilizzare un sacco di font, solo pochi sanno come usarle correttamente, cioè in relazione alle loro effettive capacità espressive:

"È un po' come avere a disposizione un enorme guardaroba ma senza sapere se in pizzeria è meglio andarci in jeans oppure in frac" (p. 157).

Siamo sicuri che la pubblicità seduca (senza informarci) mentre un trattato di biologia faccia esattamente il contrario? Dopo tutto,

---

“se per sedurre [...] bisogna mettere in scena una bellezza persuasiva, le informazioni, per essere affidabili, devono mettere in scena l'autorevolezza” (p. 221), e questa va precisamente progettata secondo convenzioni stilistiche. Se tutti pensano che *I promessi sposi* sia un prodotto squisitamente letterario, per il suo autore era invece *visual design*:

“Manzoni aveva sceneggiato con grande cura il contenuto di ogni singola vignetta, indicando come e dove questa avrebbero dovuto essere inserite, pianificando con cura il layout e l'impaginato del libro. [...] *I promessi sposi* senza figure sono un'opera a metà (pp. 247-248)”.

Ecco, in breve, alcuni dei temi discussi, rivisitati e acutamente criticati da Falcinelli, con non pochi colpi di scena, per apprezzare non tanto le cose in sé, ma il come e il perché delle cose progettate per lo sguardo: una critica agile, anzi portatile al *visual design*.

---

### **Dati**

Riccardo Falcinelli, *Critica portatile al visual design. Da Gutenberg ai social network*, Einaudi Stile libero Extra, Torino 2014. pp. 328.



---

**AIS/DESIGN JOURNAL**  
**STORIA E RICERCHE**  
VOL. 2 / N. 4  
NOVEMBRE 2014

**ITALIAN MATERIAL DESIGN:**  
**IMPARANDO DALLA STORIA**

**ISSN**  
2281-7603

---