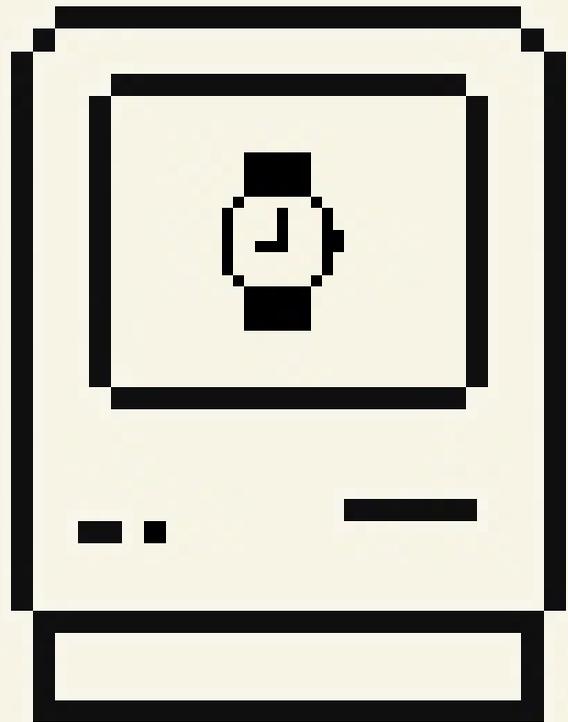
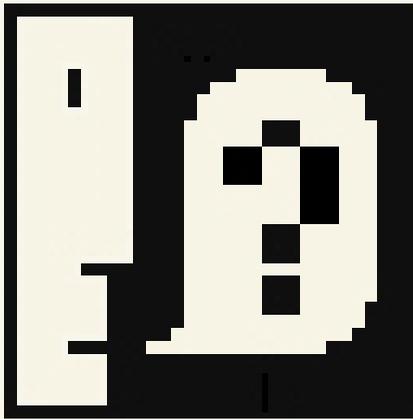

Ais/Design Journal

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

Riletture

TIPOGRAFIA DIGITALE

Robin Kinross

PAROLE CHIAVE

Adobe, Anni novanta, Fonderie, PostScript, Type design

Questo articolo, apparso per la prima volta nel 1992 nella rivista *Eye* esamina alcuni aspetti e fenomeni che hanno caratterizzato l'avvento della tipografia digitale. L'autore esamina l'affermarsi di nuove iniziative imprenditoriali e delle fonderie digitali, avviate da giovani designer - che hanno messo ai margini le grandi aziende che lungo il Novecento avevano dominato il settore. Si sofferma sulla vicenda di altre aziende allora in via di affermazione come Adobe e Apple e analizza la nascita del linguaggio condiviso PostScript e dei nuovi strumenti per la progettazione, fra cui gli esperimenti Metafont e Ikarus; infine considera l'emergere di alcune tendenze nel disegno e nella circolazione dei caratteri nell'era digitale.

1. Una prospettiva

Recentemente il mondo della tipografia ha conosciuto cambiamenti profondi come pochi altri nei 550 anni della sua storia. Sono avvenute importanti trasformazioni nella tecnologia e nei processi umani. Le vecchie case produttrici di caratteri tipografici, dopo aver dominato il mercato per tutto il secolo, sono state fagocitate e in gran parte messe ai margini. A prendere l'iniziativa nel design dei caratteri - e nella definizione dei termini e condizioni della progettazione stessa - sono state piuttosto alcune imprese di hardware e software in rapida crescita. I contributi più innovativi sono arrivati da piccoli studi o singoli designer che lavorano semplicemente, e nel vero senso della parola, alla loro scrivania. Si sono susseguite "guerre di font", pirateria aziendale e violazioni di copyright su larga scala. Per adottare la terminologia vaga con cui solitamente si prova a suddividere la storia della tipografia, appare ormai evidente che nel corso degli anni ottanta il mondo sviluppato si è lasciato alle spalle la fotocomposizione (alla quale il piombo si era già arreso in precedenza) ed è entrato nell'era "digitale".

L'introduzione di procedimenti digitali nella composizione di caratteri tipografici è avvenuta già nel corso degli anni settanta. Tuttavia, come sempre nello sviluppo delle invenzioni umane, è trascorso del tempo prima che le implicazioni di tale cambiamento si realizzassero appieno. "Composizione digitale" significa che i caratteri, allo stesso modo degli altri elementi grafici, esistono solo in quanto vengono generati dal fascio rettilineo di un raggio - acceso o spento. Occorre ovviamente scendere a un compromesso con la tecnologia. Se prima si dovevano fare i conti con le variazioni sottili e apparentemente infinite consentite da strumenti manuali come i punzoni (per incidere la matrice dei caratteri in metallo) o la penna e il pennello (usati per creare, su carta, gli originali per la riproduzione fotografica), oggi bisogna scendere a patti con i quadratini che la griglia

mette a disposizione. Inizialmente il compromesso non è apparso vantaggioso. Si progettavano caratteri tipografici che, nel tener conto delle limitazioni tecniche del momento, finivano a volte persino per celebrarle. Un esempio di tale approccio sono il *Demos* di Gerard Unger, il *Breughel* di Adrian Frutiger e il *Video* di Matthew Carter, creazioni rudimentali che oggi già acquisiscono un fascino d'epoca, come i primi saggi di architettura *high tech*.

Vista dal desktop dei nostri computer, quella che stiamo vivendo può apparire come l'era del Macintosh, cominciata precisamente a gennaio del 1984. Anche se per la maggior parte dei designer è andata realmente così, si tratta di una versione dei fatti parziale, ancor meno veritiera oggi che il PC ha quasi raggiunto il Macintosh e il gigante IBM ha firmato un trattato di pace con il suo Davide, la Apple. Una definizione più precisa per la nostra epoca potrebbe essere l'"era del PostScript". A portare la composizione tipografica sul desktop è stata infatti l'invenzione, da parte di Adobe, di un linguaggio del computer in grado di descrivere testo e immagini in modo univoco per diverse unità di elaborazione e stampanti, messe così in condizioni anche di comunicare tra loro. Grazie al Postscript i caratteri tipografici si sono slegati dalle macchine compositrici. A quel punto, chiunque in possesso di un software editoriale e per il disegno di font era in grado di creare i propri caratteri e poteva vederli composti da macchine che magari erano anche della Linotype ma erano comunque in grado di accogliere le istruzioni fornite dal linguaggio condiviso. Questa trasgressione dei confini commerciali è all'origine di gran parte delle recenti turbolenze. Qui, nel contesto dei tribunali e dei mercati azionari, non hanno avuto alcun ruolo le guerre di stile intorno ai concetti di postmodernismo, decostruzione e "leggibilità". A vincere sono state in genere imprese giovani, che sono riuscite a mettere d'accordo i propri interessi commerciali con una generosa condivisione e diffusione di conoscenza a favore di quella grande fetta di pubblico che non è esperta di tipografia. La prospettiva è quindi di enormi guadagni che non sarebbero mai potuti arrivare mantenendo un atteggiamento di chiusura.

La storia di Adobe Systems è forse l'esempio più chiaro dei vantaggi che può portare la generosità. I due membri fondatori di Adobe, Chuck Geschke e John Warnock, avevano contribuito a sviluppare il linguaggio Interpress alla Xerox, ma nei primi anni ottanta lasciarono l'azienda per metterlo sul mercato. La licenza di tale linguaggio, poi denominato PostScript, fu concessa quindi da Adobe ai produttori di stampanti laser, in particolare alla Apple. A quel punto, Adobe e anche Apple si ritrovarono pienamente coinvolte nel mondo della tipografia. Le stampanti laser PostScript furono rifornite di 35 font di base - una selezione deprimente che ben rappresenta la mancanza di coraggio dei gusti tipografici di metà anni ottanta. Un altro indice dello stato dell'arte all'epoca è il logo di Adobe, che oggi appare superato rispetto alla visione sempre più sofisticata dei caratteri sviluppata dall'azienda.

In questa prima fase nessuno sembrava cogliere le conseguenze del PostScript sulla tipografia. Ma poi è apparso chiaro che se una stampante laser poteva riprodurre la versione a buon mercato dello *Zapf Chancery*, del *Bookman* o dell'*Avant Garde*, allo stesso modo - anzi, con lo stesso linguaggio del computer - avrebbe potuto farlo anche con qualsiasi altro carattere. Era necessario solo un po' di tempo e il software giusto; e l'ultimo tassello non tardò a completare il quadro: i programmi di design e di impaginazione. Aldus Corporation in accordo con Apple ha lanciato il concetto di "desktop publishing" e con i nuovi strumenti è diventato sempre più facile fare tipografia

sul serio: non solo moduli di comunicazione interna e bollettini di chiesa, ma anche riviste settimanali e libri di 400 pagine.

2. Strumenti per la progettazione

La rivoluzione digitale ha reso possibili nuove modalità di progettare e produrre caratteri tipografici. L'adozione di una terminologia che deriva dalla tipografia a caldo - font, fonderie, incisione - può suonare inappropriata e curiosamente nostalgica, ma a ben vedere ci dice una verità: chi disegna caratteri su schermo definisce la loro forma finale senza bisogno di alcuna mediazione; non servono processi di copia o traduzione aggiuntivi. Da questo punto di vista, le condizioni della progettazione di caratteri digitali non sono diverse da quelle in cui operava l'incisore manuale di punzoni nel periodo precedente alla meccanizzazione del disegno e della produzione di caratteri.

Dietro lo sviluppo di software per la digitalizzazione di lettere ci sono due centri di ricerca. Il primo è l'Università di Stanford, nel cuore della Silicon Valley, dove è nato il progetto Metafont di Donald Knuth, che è stato di enorme interesse in termini teorici e filosofici, come testimoniano i dibattiti che ha generato nei primi anni ottanta. Il secondo è quello del gruppo guidato da Peter Karow presso la società URW (Unternehmensberatung Rubow Weber) di Amburgo. Metafont, insistendo sull'ipotesi che le forme dei caratteri potessero essere modellate per semplici tratti pieni e non attraverso le linee di contorno esterne, puntava tuttavia sul cavallo sbagliato in termini pratici di progettazione. È pur vero che, come suggerisce il nome stesso, il progetto aveva come obiettivo sviluppare un software per concepire caratteri tipografici più che per disegnarli. In ogni caso, è alla URW di Amburgo che nel corso degli anni settanta è stato sviluppato il programma rivelatosi adatto all'uso delle aziende produttrici: Ikarus. Come accade di consueto negli sviluppi della tipografia, in questi due progetti sono stati coinvolti dei designer per portate sensibilità e consapevolezza formale dentro processi in cui altrimenti le decisioni sarebbero state prese sulla base di standard o imitando banalmente modelli esistenti. Fra gli altri, Hermann Zapf ha dato qualche contributo al lavoro fatto a Stanford, mentre ad Amburgo negli anni settanta Veronica Elsner ha preso parte al gruppo della URW. Quest'ultima, andando in giro per conto della URW a sistemare i problemi di Ikarus, è diventata l'infermiera della tipografia digitale, come l'ha definita Günter Gerhard Lange (Elsner adesso ha la sua azienda in società con Günther Flake e produce caratteri PostScript con Ikarus). È qui nel nord della Germania e non nella West Coast che si vedono meglio le origini dei caratteri digitali, ed è qui che forse possono rivendicarle con maggior diritto. Nel 1990 URW ha fatto uscire una versione di Ikarus per il Macintosh. Prima di allora Fontographer (della Altsys) era diventato il programma più diffuso per la progettazione e il disegno di caratteri su Macintosh. Oggi, con l'uscita sul mercato anche di FontStudio (Letraset), per i disegnatori di caratteri non professionisti c'è l'imbarazzo della scelta.

3. Fonderie

Fra le nuove aziende digitali, l'Adobe è apparsa, almeno agli occhi dei designer, quella più attraente e all'avanguardia. Fondata nel 1983, si è velocemente introdotta e aggiornata nel campo della tipografia, al punto che adesso - per il ruolo che svolge nella divulgazione della cultura tipografica - comincia a somigliare alle vecchie imprese produttrici di caratteri nel loro periodo migliore. Gli opuscoli che accompagnano i nuovi caratteri Adobe meritano un posto sugli scaffali di una libreria piuttosto che di un mobile da ufficio.

Essi mostrano il carattere in modo completo, con il supporto sia di saggi storici e apparati bibliografici sia di specimen che - attraverso un design particolarmente curato - forniscono esempi della serie in uso. La prima pubblicazione di Adobe Press sarà, l'anno prossimo, un libro - anzi *il* libro, loro sperano - di Erik Spiekermann. Le font Adobe Originals sono per lo più frutto del lavoro di due designer interni, Carol Twombly e Robert Slimbach, che appartengono alla prima generazione di progettisti tipografici digitali. Twombly si è laureata al corso di Stanford tenuto da Charles Bigelow, mentre Slimbach ha imparato il disegno dei caratteri sul campo, durante il suo lavoro presso Autologic. Fra i loro colleghi, sono i soli ad avere il privilegio di poter dedicare tutto il proprio tempo unicamente alla progettazione.

Se Adobe è stata certamente la più rapida ad affermarsi, Bitstream, fondata nel 1981 a Cambridge, Massachusetts, può dire di essere la prima azienda che si è concentrata esclusivamente sui caratteri digitali. Due dei membri fondatori, Matthew Carter e Mike Parker, sono di origine inglese e hanno potuto attingere alle profonde radici della tradizione tipografica europea. Così, mentre Adobe ha dovuto importare da fuori una cultura della tipografia - e lo ha fatto attraverso un suo comitato di consulenti tipografici e facendo riferimento alla scena tipografica californiana - Bitstream ce l'aveva già nel sangue.

Si coglie più in dettaglio questa differenza se si confronta il *Bitstream Charter* di Matthew Carter con la famiglia tipografica *Stone*, progettata da Sumner Stone presso Adobe. Entrambi i caratteri sono usciti sul mercato nel 1987. Sia il *Charter* sia lo *Stone* sono disegni originali, privi di riferimenti a specifici modelli storici. Sia l'uno sia l'altro sono pienamente digitali nella loro concezione: quand'anche i due designer abbiano tracciato i primi disegni su carta, di certo sono passati molto presto a lavorare su schermo. Ancora più importante è che tutti e due i progetti tengono presenti le nuove condizioni della produzione digitale: vale a dire che le stesse forme devono funzionare con la bassa risoluzione delle stampanti laser così come con l'alta risoluzione necessaria per la preparazione delle lastre da stampa, e che tali forme devono essere generalmente più decise e nere rispetto ai caratteri di un tempo. Infine, entrambi i caratteri prendono in considerazione il fatto che oggi si possono trovare in forma di composizione tipografica anche testi piuttosto informali: lo *Stone* va incontro a questa tendenza fornendo addirittura una variante "informale", per quella che si potrebbe definire una tipografia "da ufficio". Se tali sono gli assunti comuni di fondo, dai due caratteri emergono però due visioni formali diverse. Laddove Carter è duro, persino un po' grezzo, Stone opta per la curva facile: lo si vede confrontando la "a" o la "g" del *Charter* con quelle dello *Stone Serif*. In precedenza pensavo che la regolarità dei caratteri PostScript fosse una conseguenza inevitabile delle curve di Bézier che definiscono le loro forme e ironizzavo sulla struttura perfetta dei caratteri californiani. Ma il confronto fra lo *Stone* e il *Charter*, realizzati con la stessa tecnologia, suggerisce invece che nei caratteri digitali la regolarità levigata o, al contrario, l'asprezza acuta dipendono in realtà dal retroterra culturale dei designer: West Coast o East Coast, America o Europa, disegno o incisione. Bitstream e Adobe oggi sono cresciute e sono entrambe al centro della scena. Un segno evidente del consolidamento della loro posizione è il fatto che sia Matthew Carter sia Sumner Stone hanno lasciato le due rispettive aziende per mettere in piedi le loro piccole "fonderie". Resistono al centro della scena anche alcune delle vecchie aziende che hanno le loro radici nella fabbricazione delle macchine da composizione: Monotype, Linotype-Hell, Berthold, Agfa Compugraphic, Scangraphic.

Come si capisce dai loro nomi spesso composti, queste imprese hanno attraversato cambiamenti burrascosi: matrimoni forzati, acquisizioni e ri-acquisizioni da parte di grandi gruppi transnazionali. Tali imprese possono contare sul proprio ricco bagaglio di librerie di caratteri, ma solitamente proprio tale patrimonio impedisce loro di sviluppare un pensiero innovativo e soluzioni più adeguate alle nuove condizioni tecnologiche. Di tanto in tanto Monotype si risveglia e fa uscire un opuscolo che non ha niente da invidiare a quelli dell'Adobe quanto a efficacia e acume critico. Persino adesso, però, che ha acquisito una forma più snella con la nuova denominazione di Monotype Typography, le forze in atto sembrano esserle avverse. Aziende un po' più giovani, diciamo "di mezza età", sono ITC (International Typographic Corporation) e Letraset (divenuta multinazionale qualche anno fa). Dopo aver giocato un ruolo rilevante nella fase post-gutenberghiana ma non ancora digitale della tipografia, entrambe sono riuscite a restare a galla e a ritagliarsi una nicchia nel nuovo scenario. Così, Letraset si è spostata sul mercato dei software e ITC continua a occuparsi di sviluppo e vendita di disegni di carattere, libera dal peso della manifattura di un prodotto fisico. Tuttavia, anche nel caso di queste due grandi imprese non si sono visti segnali evidenti di un approccio innovativo alla progettazione tipografica.

È all'altro estremo della produzione tipografica, quello delle aziende di piccole dimensioni, che ci sono state le novità maggiori. Le font di Zuzana Licko per la californiana Emigre hanno accompagnato la crescita di una particolare specie di creature digitali, segnandone le varie tappe di evoluzione, da una fase infantile prealfabetica - un carattere nuovo per ogni numero della rivista - al primo paio di pantaloni lunghi (il *Journal Extended*). I primi caratteri erano risolti con un riferimento esplicito ai limiti di memoria e risoluzione di schermi e stampanti, e mostravano una notevole ingegnosità nel realizzare un insieme coerente di caratteri destreggiandosi all'interno di un repertorio formale estremamente ridotto. Ora che tali vincoli non hanno più ragione di esistere, il lavoro della Licko sembra aver perso la sua forza ed Emigre - sia come rivista sia come fonderia - ha cominciato a puntare sul lavoro di altri designer, in particolare Barry Deck e Jeffery Keedy. Tuttavia, finora i loro caratteri, che sono fondamentalmente caratteri *display* non da testo, non sono usciti dai confini di alcune nicchie culturali: le riviste di stile e le pubblicità di gallerie d'arte - acque infestate da squali che non fanno presagire una durata oltre la fine dell'anno.

Se invece volgiamo lo sguardo all'Europa, troviamo coetanei di questi giovani americani che sembrano più vecchi di loro di centinaia di anni e molto più sofisticati. Si pensi innanzitutto ai designer olandesi usciti, negli anni del digitale, dalle università dell'Aia, di Arnhem e (in misura minore) di Amsterdam. La differenza fra il lavoro degli americani e quello degli olandesi è che il primo ha come punto di riferimento la breve storia del design grafico, mentre il secondo è fondato sulla calligrafia e sulla lunga tradizione europea del disegno del carattere tipografico. Ciò è vero persino - e anzi a maggior ragione - nel caso di un esperimento pienamente digitale come il *Beowulf* di Erik van Blokland e Just van Rossum, che costituisce una critica alla tendenza verso la facile regolarità dei caratteri PostScript e insieme un ritorno alla componente rimossa della scrittura manuale. Oppure, si prenda l'esempio del carattere *Proforma*, completato quest'anno da Petr van Blokland (fratello maggiore di Erik). Come suggerisce il nome, si tratta di un carattere progettato per comporre testi complessi come quelli della modalistica commerciale, e prevede quindi una gamma di varianti eccezionalmente estesa. Nello sviluppo del *Proforma* è rientrata anche la progettazione di un software per

l'editing dei caratteri, il Pika. È un lavoro che è andato avanti per anni concludendosi soltanto quando l'azienda committente - la Purup Electronic - ha chiuso il suo *type department*. Guardando tutti i caratteri della famiglia, si capisce che si tratta di un esperimento altamente tecnologico ma con le sue radici nella disciplina della scrittura manuale. Van Blokland, infatti, è nello stesso tempo uno dei progettisti più esperti nell'uso del computer e un convinto sostenitore dei vecchi metodi come il disegno a matita su carta.

La figura centrale dietro il rinascimento del disegno del carattere olandese è quella di Gerrit Noordzij, progettista tipografico e docente all'Accademia dell'Aia. Quando, negli anni confusi della fotocomposizione, Noordzij dichiarava che dietro la forma delle lettere c'è prima di tutto la scrittura manuale, sembrava una voce nel deserto. Soltanto adesso, grazie al lavoro dei suoi indisciplinati allievi, cominciano a vedersi i migliori frutti dell'eredità lasciata da questo pedagogo anarchico. Ritiratosi ormai dall'insegnamento, è diventato un saggista prolifico nel campo della tipografia. Presto alcuni dei suoi caratteri saranno disponibili nella fonderia digitale Enschedé.

In quel piccolo villaggio che è la tipografia olandese le relazioni di parentela sono frequenti. Peter Matthias Noordzij, uno dei figli di Gerrit, che ha già un carattere pienamente sviluppato all'attivo (il *PMN Caecilia* della Linotype-Hell), sta mettendo in piedi la fonderia Enschedé, che darà nuove prospettive tecnologiche a una realtà fra le più antiche depositarie della tradizione olandese. Il primo prodotto rilasciato quest'anno è una nuova versione del *Trinité* di Bram de Does, un esercizio estremo sulle forme calligrafiche delicate, realizzato originariamente per la fotocomposizione. A breve seguiranno il *Lexicon*, un altro carattere di De Does dall'utilità di impiego più ampia, e le versioni digitali dei caratteri di Jan van Krimpen e dell'alfabeto usato per la segnaletica della metropolitana di Rotterdam. Un'altra iniziativa degna di nota in Olanda è la *Dutch Type Library* che Frank Blokland sta selezionando per la produzione e la vendita da parte dell'URW di Amburgo. Blokland (che non ha relazione di parentela con Petr e Erik) è anche lui laureato all'Aia, dove adesso insegna.

Uno sbocco di mercato importante per i giovani progettisti di caratteri olandesi è la catena FontShop nata a Berlino, fondata nel 1988 e diventata molto rapidamente il fornitore preferito dei designer. Basta inviare via fax un ordine con l'elenco dei caratteri che si vogliono acquistare e un'ora dopo, o poco più, un corriere in moto vi consegnerà la merce. Al di là di questo lavoro quotidiano che rende disponibile in modo semplice e veloce una vasta offerta di font, l'azienda si è distinta anche per il suo spirito di iniziativa nel design tipografico. Il loro magazine *Fuse*, cogliendo le opportunità offerte dalla digitalizzazione, pubblica caratteri tipografici - o meglio istruzioni per realizzare caratteri - che gli utenti sono invitati a manipolare e a svilupparsi da soli. Fra le ultime novità di FontShop, alcune cose valide sono uscite sotto l'etichetta FontFont, che - non essendo in grado di investire sulla fase di sviluppo dei caratteri - conta unicamente sul lavoro messo a disposizione da giovani designer desiderosi di emergere. Ma è proprio questa l'origine di opportunità interessanti. La font *Scala* del designer di Arnhem Martin Majoor spicca, per esempio, come serio tentativo di realizzare un carattere da testo fondato sulla tradizione ma privo di riferimenti a specifici esempi storici. Majoor sta ampliando la serie con le varianti in cirillico, secondo una tendenza sempre più diffusa via via che i confini dell'Europa si estendono verso Est. Nel catalogo di FontFont, lo *Scala* sarà presto in compagnia del *Quadrat*, disegnato da un altro designer di Arnhem:

Fred Smeijers. Si tratta di una sorprendente e originale variazione sui temi della tradizione, che dimostra ancora una volta come l'ondata di nuovi caratteri graziati non accenni a esaurirsi.

Se dovessimo eleggere il carattere tipografico dei nostri tempi – qualcosa di simile a ciò che è stato il *Futura* intorno agli anni trenta – forse questo potrebbe essere il *Meta*, progettato da Erik Spiekermann e distribuito all'inizio da FontShop (di cui Spiekermann è socio fondatore e maggiore azionista). Il *Meta* è l'ultima manifestazione del carattere tipografico che Spiekermann, in qualche modo, ha sempre disegnato: il suo alfabeto per Deutsche Bundespost e *IITC Officina*, infatti, non sono altro che passaggi intermedi verso il *Meta*, che – come serie bastoni riccamente articolata – risponde bene alle esigenze complesse dell'information design: segnaletica, modularistica e composizione di tabelle. Ma il *Meta* non si limita a essere un alfabeto per il design dell'informazione, come testimonia la sua rapida adozione in contesti diversi: basti pensare che lo troviamo in quasi tutti i nuovi design o re-design di riviste.

4. Conclusioni

Dallo scenario instabile delineato finora emergono alcune linee di tendenza. A livello più immediato, provando a ipotizzare quale sia la nuova sensibilità che si sta affermando con la tipografia digitale, possiamo dire che, dopo una dieta rigida di *Times* e *Garamond*, alcune delle nuove font da testo hanno un sapore più intenso. Uno sviluppo concreto sarà certamente la dissoluzione delle aziende che fabbricano caratteri, destinate a essere scalzate da imprese del settore informatico che, man mano che crescono, diventano sempre più competenti in campo tipografico. Dopo aver trasformato la tipografia, ma quasi senza volerlo, Apple e Microsoft cominciano ora a diventare consapevoli del suo valore. A conferma di un'altra tendenza tipica dei nostri tempi, Apple ha iniziato ad avvalersi delle capacità di designer esterni: la “fonderia personale” di Jonathan Hoefler a New York è al lavoro su nuove font per loro, mentre Charles Bigelow, che insegna a Stanford, ha avuto l'incarico di creare per System 7 le versioni TrueType (in prima bozza) dei caratteri bitmapped Apple (quelli che prendono il nome da una città).

Con questo siamo tornati alle conseguenze più importanti della rivoluzione digitale. Ora che le “guerre di font” della fine degli anni ottanta si sono concluse con una tregua, ci saranno due standard per la tipografia digitale, destinati a coesistere pacificamente: PostScript Type I di Adobe e TrueType di Apple. Nel lungo periodo che ha visto l'affermazione di TrueType, Adobe si è vista incoraggiata a estendere la logica del PostScript e ha scoperto Multiple Masters (vedi Andy Benedek, “The typeface as chameleon”, *Eye*, 7, 1992). Con questo nuovo strumento si è concretizzato il desiderio di alcuni progettisti tipografici di modificare il carattere all'infinito, per quanto questa prerogativa potrà sembrare un inutile lusso. Anche TrueType offre caratteri infinitamente flessibili e intelligenti, che nel caso dei polittipi automatici forse è una buona cosa. Al contrario, le lettere con svolazzi automatici possono apparire piuttosto stupide. O forse, a ben vedere, non sono affatto stupide. Occorre ricordare, infatti, che la maggior parte del mondo usa caratteri non latini e che, da Gutenberg in poi, la scrittura ideogrammatica o comunque non alfabetica – in cui gli svolazzi sono elementi di comunicazione e non di decorazione – è stata sempre emarginata come il parente povero della tipografia. È qui, fuori del mondo tipografico occidentale, che la rivoluzione digitale avrà i suoi effetti più rilevanti.

Publicato originariamente in inglese in *Eye*, 7, 2, 1992, 26-39.

Courtesy of the Author

Traduzione dall'inglese Carlo Vinti © 2016

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
