

Introduzione sul visual design

Per iniziare cerchiamo di definire qualche termine:

Design

Comunicazione

Visiva

Comunicazione

Trasferire dei significati a qualcun altro usando un sistema di segni e di regole condiviso per generare degli effetti

Visiva

Nel nostro contesto stiamo parlando di comunicazione visiva: il trasferimento di significati avviene quindi attraverso segni percepiti attraverso la visione.

I linguaggi che usano i mezzi visivi per comunicare sono moltissimi, dalla pubblicità ai videogiochi, dagli strumenti di misurazione alla segnaletica stradale e così via.

Siamo immersi nella comunicazione visiva.

Questa immersione può far diventare le immagini quasi invisibili e, per così dire, trasparenti ai nostri occhi. Per questo, per usarle, occorre sviluppare una consapevolezza critica che ci faccia diventare da soggetti passivi, dei soggetti attivi, consapevoli dei meccanismi in gioco.

Come guardiamo?

Il nostro sguardo è attivo.

Quando guardiamo i nostri occhi continuano a muoversi con dei movimenti rapidi chiamati saccadi. Gli occhi, muovendosi, esplorano il campo e ricostruiscono da queste visioni parziali una visione d'insieme.

Lo psicologo sovietico Yarbus ha studiato questi movimenti tra gli anni '50 e '60 chiedendo a delle persone di osservare un dipinto.

Questi esperimenti dimostrano che lo sguardo si muove in continuazione esplorando il dipinto con dei salti in avanti e indietro seguendo percorsi che cambiano a seconda dello scopo che l'osservazione richiede.

Possiamo concludere che i movimenti di esplorazione degli occhi cambiano a seconda delle conoscenze e dei compiti richiesti all'osservatore.

Su questi argomenti

Riccardo Falcinelli,

Guardare, pensare, progettare, 2011, Stampa Alternativa

Vedi, ad esempio,

www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3563050/

Lo sguardo è sempre lo sguardo di una persona
che sa delle cose

ha una cultura, ha delle competen-
ze, ha delle idee, è immerso in un
contesto sociale, ideologico, ecc.

Esistono quindi due livelli

biologico

culturale

Il livello biologico costituisce la base di quello
che possiamo vedere

Il livello culturale attribuisce un senso a quello
che vediamo

per questo, ad esempio, i colori acqui-
stano un significato nel contesto sociale,
economico e culturale in cui vengono
percepiti.

*Dopo l'oro e l'argento, l'azzurro ultramarino era il colore più
costoso e di più difficile impiego usato dal pittore. [...] I pittori e il
loro pubblico erano molto attenti a tutto questo e la connotazio-
ne di esotismo e di pericolo dell'ultramarino costituiva un mezzo
per evidenziare qualcosa nei dipinti, cosa che noi rischiamo di
non rilevare perché in genere non consideriamo l'azzurro intenso
più sensazionale dello scarlatto o del vermiglio.*

**Michael Baxandall, Pittura ed
esperienze sociali nell'Italia del
Quattrocento, 2001, Einaudi**



Masaccio, Maestà, 1426
**L'azzurro ultramarino è riservato al
mantello della Vergine**

Per queste ragioni ogni artefatto visivo si basa su convenzioni e codici che si sono accumulati nel tempo e che noi dobbiamo conoscere per potere interpretare e progettare.

[...] un ritratto è spesso tagliato a mezzo busto; in un'addizione mettiamo le cifre una sotto l'altra; nelle carte geografiche i fiumi sono blu; nella foto di un bacio, la donna reclinava la testa all'indietro; l'asse x è orizzontale; il rosso è passionale [...]

Riccardo Falcinelli, Critica portatile al visual design

Una convenzione tipografica è quella di esprimere la solennità di un testo con un'impaginazione centrata.



Un codice che dipende dalla cultura è quello per cui ciò che è a sinistra, in una figura, viene letto come precedere quello che è a destra e lo stesso succede tra quello che è in alto e quello che è in basso. Questo è influenzato dal fatto che nella nostra cultura la scrittura si sviluppa da sinistra a destra.

Robert Doisneau, Le Baiser de l'hôtel de ville

Fontana dell'Acqua Paola, Roma

Quando un mio conoscente per la strada mi saluta togliendosi il cappello, quello che vedo da un punto di vista formale non è che il mutare di certi particolari all'interno di una configurazione che rientra in quella generale struttura di colore, linee e volumi che costituisce il mio mondo visivo. Quando io identifico [...] questa configurazione come un oggetto ben preciso (un signore) e il mutamento di particolari come un evento (il togliersi il cappello) io ho già superato i limiti di una percezione puramente formale e sono già entrato in una prima sfera di soggetto o significato. [...] Tuttavia la mia constatazione che l'atto di togliersi il cappello è un saluto appartiene a un campo del tutto diverso di interpre-

Erwin Panofsky, Il significato nelle arti visive, 1962, Einaudi,

tazione. Questa forma di saluto è particolare del mondo occidentale e d è un residuo della cavalleria medievale: gli uomini in arme avevano il costume di togliersi l'elmo per mostrare le loro intenzioni pacifiche e la loro fiducia nelle pacifiche intenzioni degli altri. Per un selvaggio dell'Australia o un greco antico sarebbe impossibile comprendere che l'atto di togliersi il cappello non è solo un evento pratico con certe connotazioni espressive, ma anche un atto di cortesia.

Pervasività del visuale

Nella società contemporanea non c'è istituzione, organizzazione, azienda, ecc. che non comunichi visivamente.

Ogni organizzazione ha bisogno quindi di un sistema visivo che la identifichi e gli dia forma.

Design

Torniamo indietro alla metà del '400 quando Gutenberg inventa la stampa a caratteri mobili.

Cosa inventa precisamente Gutenberg?

La stampa già esisteva, si stampavano dei libri (i cosiddetti libri tabellari), incidendo delle tavole di legno che contenevano l'intera pagina da stampare e poi si premevano queste tavole inchiostrate contro i fogli di carta lasciando un'impressione.

Gutenberg ha l'idea di dividere il testo in tanti blocchi ripetibili (le lettere e gli altri segni) in modo che, combinandoli tra loro si potessero scrivere le pagine combinando questi blocchetti.

Ogni pagina poteva poi essere stampata ripetutamente, creando tante copie tutte uguali.

Vediamo qui due processi di serializzazione:

- > La matrice da stampare è suddivisa in elementi modulari che vengono prodotti in serie, a loro volta, a partire da matrici.

- > La produzione di pagine stampate è serializzata

Abbiamo qui gli elementi essenziali della produzione industriale. Questa innovazione determina un cambiamento significativo perché mette in moto un processo in cui si separano in modo sempre più netto due fasi distinte:

Su questi argomenti vedi, per esempio, Harry Carter, A view of early typography, Hyphen Press

-> "La tipografia è scrittura con lettere prefabbricate" (Gerrit Noordzij)

Riccardo Falcinelli, Critica portatile al visual design

Prima si stabiliscono i processi (gli elementi necessari per la produzione)

Dopo non rimane che attuarli nella produzione vera e propria.

Nel giro di pochi anni, a fine '400, nella stamperia di Aldo Manuzio già erano ben definiti dei ruoli e delle fasi specifiche (disegno delle lettere e incisione dei punzoni sulla base dei quali era prodotto il carattere tipografico; fase di stampa; correzione delle bozze, ecc.)

La diffusione rapida della stampa avvia un processo che porterà alla creazione di quelli che chiamiamo mass media.

Il sapere comincia a diventare consumo, si comincia a creare un pubblico in una società di massa. Ma per determinare questo passaggio in modo completo occorreranno dei cambiamenti più radicali della struttura sociale.

In sintesi, il concetto fondamentale qui è quello di serie
oggetto industriale

pensato per la serie

percepito come serie

Il passaggio alla serialità comporta dei mutamenti anche dal punto di vista formale ed espressivo e mutamenti nel modo in cui gli artefatti visivi sono percepiti e fruiti.

Anche nel caso di una riproduzione altamente perfezionata, manca un elemento: l'hic et nunc dell'opera d'arte – la sua esistenza unica è irripetibile nel luogo in cui si trova. [...] Ciò che vien meno è insomma quanto può essere riassunto con la nozione di «aura» dell'opera d'arte.. Il processo è sintomatico; il suo significato rimanda al di là dell'ambito artistico. La tecnica della riproduzione, così si potrebbe formulare la cosa, sottrae il riprodotto all'ambito della riproduzione.. Moltiplicando la riproduzione, essa pone al posto di un evento unico una serie quantitativa di eventi. E permettendo alla riproduzione di venire incontro a colui che ne fruisce nella sua particolare situazione attualizza il riprodotto. Entrambi i processi portano a un violento rivolgimento che investe ciò che viene tramandato – a un rivolgimento della tradizione, che è l'altra faccia della crisi attuale e dell'attuale rinnovamento dell'umanità.

Walter Benjamin, L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, 200, Einaudi

Benjamin scrive questo saggio nel 1936.

The uniqueness of every painting was once part of the uniqueness of the place where it resided. Sometimes the paintings was transportable. but it could never be seen in two places at the same time. When the camera reproduces a painting, it destroys the uniqueness of its image. As a result its meaning changes. Or, more exactly, its meaning multiplies and fragments into many meanings.

[...]

What the modern means of reproduction have done is to destroy the authority of art and to remove it – or, rather, to remove its images which they reproduce – from any preserve. for the first time ever images of art have become ephemeral, ubiquitous, insubstantial, available, valueless, free.

[...]

The art of the past no longer exists as it once did. Its authority is lost. In its place there is a language of images. What matters now is who uses that language for what purpose.

**John Berger, Ways of Seeing, 2008,
Penguin Books**

Quello che caratterizza il design è proprio il fatto di pensare i suoi prodotti per la produzione in serie; questo significa definire i procedimenti che poi saranno messi in pratica durante la produzione industriale.

La fotocopia [di un] disegno è, in potenza, il frutto di un processo industriale. [...] Manca però l'aspetto saliente, ma apparentemente più astratto: l'intenzione. [...]

Io ho deciso di copiare il disegno dopo averlo fatto, e dopo aver capito che mi sarebbe piaciuto averne delle copie. Al contrario, il processo industriale precede il disegno.

Poniamo che la nostra fotocopiatrice riproduca usando un toner nero su fogli formato A4 [...]. Il mio disegno però è fatto [...] con pastelli colorati; la fotocopia sarà quindi manchevole di alcuni pezzi: in primo luogo sarà in bianco e nero, così il rosso e il verde (che sono tinte equiluminose) verranno fuori come uno stesso grigio [...]. Inoltre, siccome la fotocopia non arriva mai al margine esatto della carta, un pezzetto sui bordi verrà tagliato, perdendo parte delle informazioni.

Se invece avessi deciso a monte di progettare un disegno da fotocopiare avrei previsto di lasciare un margine bianco tutto intorno, avrei disegnato e colorato direttamente in toni di grigio, magari avrei usato [...] il tratteggio per il verde e dei puntini per il rosso, aggiungendo in calce una legenda esplicativa come si fa sulle mappe. A quel punto la copia avrebbe mantenuto non solo la coerenza stilistica, ma anche quella semiotica. Questo è design. Questo è un ragionamento industriale.

**Riccardo Falcinelli, Critica portatile
al visual design**

I cambiamenti non interessano solo il semplice modo di produrre gli artefatti visivi ma anche dei cambiamenti nella stessa estetica, nelle forme espressive e, come abbiamo visto, nei modi di fruizione sociali, con la creazione di un pubblico di massa e una diffusione che prima non era concepibile.

La rivoluzione industriale

I cambiamenti che erano già annunciati dall'invenzione della stampa si sviluppano in tutta la loro forza quando il modo di produzione capitalistico si impone nel mondo occidentale. Le esigenze dell'industria e la produzione seriale in numeri sempre più grandi portano a quello che i primi critici romantici del capitalismo vedono come uno scadimento della qualità estetica degli oggetti. Questa, a sua volta, è vista come il riflesso delle terribili condizioni di lavoro e di vita del proletariato.

L'Inghilterra, il paese dove questi processi si affermano prima, vede anche la nascita di una resistenza romantica al mondo industriale. Fu proprio in Inghilterra, infatti, che, dopo la metà del XIX secolo, si manifestarono movimenti come quello delle Arts & Crafts che si proponevano una sorta di recupero di una condizione più umana delle relazioni produttive e di maggiore attenzione alla qualità estetica dei prodotti, spesso guardando indietro, verso una forma idealizzata di medioevo.

Su questi argomenti vedi anche Robin Kinross, *Modern Typography*, 2004, Hyphen Press.

Esiste una traduzione italiana edita da Stampa Alternativa con il titolo "Tipografia moderna"

Il Golden Type di William Morris in *The Nature of Gothic* e *Sidonia*, due libri stampati presso la Kelmscott Press



Un prodotto che possiamo prendere a esempio di queste tendenze sono i libri stampati dalla Kelmscott Press, la stamperia di William Morris. In questi l'estrema cura per i dettagli, il disegno dei caratteri tipografici, i motivi decorativi e l'uso dei margini usano, per finalità contemporanee, motivi estetici tardomedievali o protorinascimentali reinterpretati. Questo però non significa un semplice rifiuto del mondo moderno e un ritiro verso un medioevo posticcio:

It may be worth pointing out that the Press worked from hammersmith in London and used iron hand-presses, then still in common use. If Morris showed no interest in the newest machines, neither he retreat into the country with medieval tools. Much of the force of the Kelmscott Press products derived from their anachronism. or more exactly: not simple retreat or re-creations, the books were out of time. The types that were cut for the press did look back towards early models, but they created something new. [...]
The books were thus of a piece with Morris's utopianism: backward-looking and forward-looking in one moment.

Robin Kinross, Modern Typography