

## IL VISUAL DESIGN DIVENTA ADULTO

Ogni pensiero per essere visualizzato necessita di un codice di traduzione, di trasferimento, di un codice convenzionale, in modo tale che il suo operare sia dinamico rispetto al concetto da comunicare.

Queste stesse parole che sto scrivendo vivono all' interno di un codice, di un testo preesistente ad esse, in questo caso la gabbia del giornale, questo carattere particolare, l'occhiello o il titolo che possono esaltare o deviare l'attenzione del lettore. L'immagine grafica di questo quotidiano, «Il Sole 24 Ore», per esempio, si differenzia da altre di altri quotidiani perché il progetto visivo segue alcuni canoni, tradizioni, di ordine e simmetria tra le parti in Italia la cultura della parola, nel senso più accademico del termine, ha in parte frenato, almeno fino a qualche anno fa, la costituzione di una disciplina, di una riflessione organica intorno al problema del visual design. È stata sempre una cultura marginale quella del visual design - vincente anche nelle associazioni professionali è la tridimensionalità- ma qualcosa si sta muovendo, almeno se interpretiamo alcuni segni editoriali e di esperienze di lavoro che si presentano come un primo, capillare insieme di analisi teoriche e di proposte operative per smuovere un settore che spesso opera, affidandosi ciecamente alle nuove tecnologie, senza una consapevolezza culturale nell'approccio agli strumenti. La teoria è utile per orientare correttamente la nostra progettualità. E non è sovrastruttura perché, come scrive Giovanni Anceschi, docente di Sistemi Grafici al Dams di Bologna, in un saggio che costituisce, forse, la prima riflessione organica, in Italia, sulla progettazione di artefatti comunicativi ("Monogrammi e figure", 1981, editore La casa Uscher), "buona parte delle idee che noi abbiamo degli uomini delle varie epoche storiche si configura come l'ipostatizzazione di quanto siamo oggi in grado di recepire delle tracce comunicative lasciate dal suo vivere associato".

La cultura delle immagini crea relazioni, immette nel sociale esperienze, uomini, idee, e quindi non nasce casualmente, ma è piena d' intenzionalità. Il compito di leggere le 'tracce comunicative' spetta a modelli interpretativi in grado di diventare poi patrimonio culturale collettivo.

Ecco allora l'importanza di un saggio recente, di carattere didattico, "Grafica & Stampa" di Giorgio Fioravanti, saggio nel quale, attraverso un andamento a schede per ogni doppia pagina, si analizza l'evoluzione della stampa, dalle prime forme di scrittura alla fotocomposizione a raggi laser, per tutti i passaggi

del lavoro progettuale, dal primo menabò, alla carta, alla confezione, con un occhio sempre attento alle innovazioni tecnologiche sia allo sviluppo storico della grafica.

È il primo abbecedario della comunicazione grafica, dove finalmente esce chiaramente l'intreccio fondamentale tra cultura e stampa, parola ed immagine, intreccio che rappresenta la ragione di un libro, di uno stampato qualsiasi, di una civiltà. La cultura passa attraverso i segni: dal secondo millennio a.C., in Siria e in Palestina fino alla segnaletica di una banca. Questo libro è un altro passo di avvicinamento verso una maggiore attenzione alle problematiche comunicative, anche all'interno dello stesso sistema scolastico italiano. (...)

ALDO COLONETTI, «Il Sole 24 Ore», 14 luglio 1985