

le vite colorate di grafici e designer

VALENTINA MANCHIA

■ È nel 1550 che Giorgio Vasari, pittore e architetto, conclude la prima versione delle *Vite de' più eccellenti pittori, scultori e architettori*. E dettagli e retroscena ne fanno una lettura gustosa, che traccia in prospettiva anche la nostra storia per immagini dal Medioevo al Rinascimento. Oggi sono i designer e i grafici gli eredi pop degli «artefici del disegno» raccontati da Vasari: sono loro a tratteggiarci il mondo intorno, quello che abitiamo tutti i giorni - dalla copertina di un libro al flacone di un detersivo - a mediare tra mondi un tempo separati (cultura alta e cultura bassa, si diceva) e ora sempre più vicini tra loro.

E, mentre fioriscono spazi per la cultura visiva nella grande conversazione collettiva quotidiana (dai trend su Instagram alla street art diventata popolare), le loro imprese - tra immagini iconiche e contatti con alcune tra le personalità più importanti del tempo nel ruolo di amici, ispiratori, collaboratori o clienti - iniziano a uscire dagli scaffali per addetti ai lavori e a infilarsi tra saggi, romanzi e libri illustrati.

È il caso di *D'un moi l'autre. Une traversée du siècle* (Albin Michel), l'autobiografia di Massin, grafico francese e grande sperimentatore; mentre *A Designer's Art*, capitale raccolta di saggi dell'americano Paul Rand, tra i protagonisti della grafica del Novecento, torna in libreria dopo trent'anni in una nuova edizione (Princeton Architectural Press); senza dimenticare la biografia illustrata di Giambattista Bodoni, sommo tipografo (Corraini).

L'autobiografia di Massin è anarchica, fatta di frammenti in disordine, senza punteggiatura:

è solo il bianco tra le parole a dare ritmo al testo. Un richiamo alla sua poetica e alle interpretazioni tipografiche che hanno dato vita a classici come la celebre edizione de *La cantatrice calva*. Dagli anni Trenta a oggi corrono veloci l'infanzia nelle campagne di Chartres, gli aneddoti della vita di redazione in Gallimard con Raymond Queneau, le donne, le città e gli scrittori amati, Proust e Mallarmé. All'origine di tutto la fascinazione, fin da bambino, per «la metamorfosi di un blocco di marmo da cui mi meravigliavo di veder nascere un libro»: quello da cui il padre, scalpellino, estraeva iscrizioni e disegni.

Curiosamente, anche Paul Rand apre i suoi ragionamenti sul design proprio con una lapide del Settecento, scolpita «con ingegno e ironia», ma parla di sé in tutt'altro modo in un libro che non è un memoir né un saggio accademico, ma la descrizione precisa e appassionata del suo lavoro.

Di tutt'altra natura il *Bodoni* di Giorgio Camuffo, anch'egli grafico e studioso di comunicazione visiva, *divertissement* illustrato (e composto nell'omonimo carattere che rese celebre Bodoni) che ripercorre liberamente le tappe della sua lunga vita a partire dalla biografia ottocentesca di Giuseppe de Lama.

Tre protagonisti, Bodoni, Massin e Rand, che non potrebbero essere più lontani tra loro nel tempo e nello spazio, dalla Parma del Settecento alla Parigi stretta intorno a Montparnasse, fino alla New York del sogno americano. Diversi, ma con una caratteristica in comune: quella di essere stati dei grandi catalizzatori, capaci di assimilare gli elementi intorno a loro - dal contesto culturale a quello produttivo - e di restituirli sotto forma visiva, in un continuo ciclo di nuove invenzioni.

Si scopre così che Bodoni non

Segni | Bodoni, Massin, Paul Rand.
 Tre libri ripercorrono le vicende di questi maestri della cultura visiva. Che hanno disegnato il nostro immaginario

sarebbe mai arrivato a edificare a Parma la sua stamperia e il suo mito se non fosse stato costretto a vendere, sul tragitto verso Roma, i preziosi legni da lui intagliati per l'officina tipografica di famiglia. O che Roland Barthes propose a Massin un libro da fare insieme, ma su una sola lettera dell'alfabeto, da scegliere con attenzione «perché non tutte hanno lo stesso potere d'esplosione simbolica» (libro che poi non fu fatto per i vincoli che legavano il semiologo all'editore Seuil). O, ancora, di come Rand, agli inizi della sua lunga carriera (quarant'anni prima del logo-rebus dell'Ibm), riuscì a trasporre lo humour tutto francese della pubblicità Dubonnet, capolavoro di Cassandre, per il mercato americano: fu così che la sagoma dell'omino che si riempie man mano che beve Dubonnet divenne quella di un omino a collage, vestito a quadri, in un giardino autunnale molto newyorchese.

Sul fondo delle immagini che conosciamo e amiamo, insomma, c'è una trama nascosta di pensieri e di progetti.

«Niente è più difficile da vedere di quello che abbiamo davanti agli occhi»: è la frase di Goethe che apre *A Designer's Art*, e tanto questo libro quanto le altre vite dei grafici lo dimostrano. Cosa c'è, infatti, di più invisibile del design grafico? È quasi impossibile alzare lo sguardo su qualcosa che non sia stato pensato per essere proprio come ci appare. Eppure, come la lettera rubata del racconto di Poe, spesso non riusciamo ad accorgercene. Per questo le vite dei designer si proiettano molto più in là della loro storia: ci aiutano a mettere a fuoco la nostra.

Tornano in libreria i saggi del padre del logo Ibm, che rielaborò per gli Usa l'omino della Dubonnet

Le memorie del francese sono anarchiche, senza punteggiatura: un netto richiamo alla sua poetica



STILI Il designer americano Paul Rand con l'omino della bevanda Dubonnet

