

Design La copertina

► Donne proletarie

Giornata internazionale delle lavoratrici: una giornata di battaglia per il proletariato, di Valentina Kulagina, 1931. Il manifesto celebra il ruolo della donna nella costruzione e nella difesa dello Stato sovietico

▼ In viaggio

Cunard Line - Usa & Canada, 1935, di A. M. Cassandre (pseudonimo di Adolphe Jean-Marie Mouron). Una rigorosa semplificazione formale trasforma il transatlantico in un simbolo della modernità industriale, celebrando il viaggio oceanico come esperienza di progresso, eleganza e potenza tecnologica

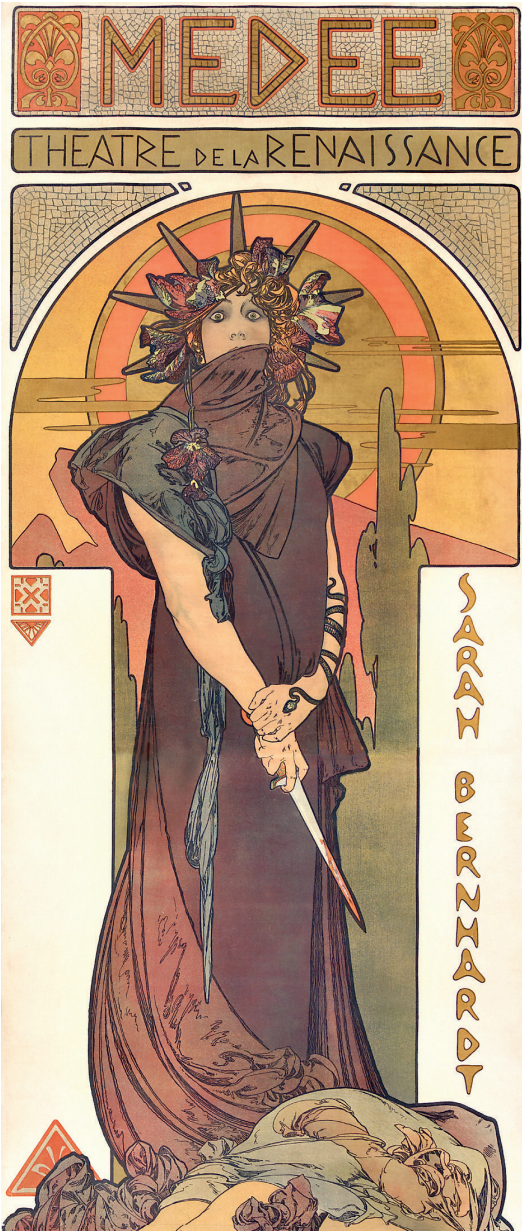


▲ Dinamismi

Dall'alto: Viviamo, copertina della rivista, n. 10, 1931, di Ladislav Sutnar, Žijeme. L'equilibrio tra rigore compositivo e dinamismo visivo è tipico del designer ceco e diventano punto di riferimento nella grafica del Novecento; Ekstase, di Willy Rotter (Atelier Rotter), 1932. Il manifesto del film di Gustav Machaty sintetizza, con profilo essenziale e tipografia in movimento, l'estetica della grafica cecoslovacca d'avanguardia

► Divina

Alphonse Mucha, Medée, 1898. Manifesto per Sarah Bernhardt al Théâtre de la Renaissance. La figura ieratica della protagonista e la raffinata decorazione floreale fanno di quest'opera uno dei manifesti simbolo dell'Art Nouveau



Il potere della grafica L'arte dimenticata che plasma il tempo

Al Museum für Gestaltung di Zurigo e al Design Museum di Bruxelles due esposizioni raccontano come la comunicazione visiva ha influenzato la cultura contemporanea
Dalla nascita di un lessico universale alle declinazioni nelle identità nazionali

di Silvana Annicchiario

Troppo spesso dimentichiamo quanto la grafica - e, più in generale, il design della comunicazione - incida sulla nostra percezione del mondo. Siamo abituati a pensare che la città sia fatta soprattutto di architetture, strade e infrastrutture, dimenticando che la sua pelle, ciò che realmente si offre ai nostri occhi, è costituita da una trama fittissima di artefatti comunicativi: manifesti, insegne, segnaletica, vetrine, schermi, scritte luminose, graffiti, display digitali. È questa superficie vibrante, in continuo mutamento, a costruire l'identità visiva dei luoghi e a determinarne la tonalità emotiva. La grafica non si limita infatti a trasmettere informazioni. Organizza lo spazio pubblico, orienta i comportamenti, costruisce immaginari collettivi.

Ogni manifesto affisso, ogni carattere tipografico, ogni sistema di segnaletica racconta un'idea di società, un rapporto tra istituzioni e cittadini, tra produzione e consumo, tra cultura e politica. Eppure, per lungo tempo, il graphic design è stato considerato una disciplina ancillare rispetto all'architettura, al design di prodotto o alle arti visive, quasi un linguaggio al servizio di progetti ritenuti più nobili. Negli ultimi anni qualcosa è cambiato. La crescente attenzione internazionale verso archivi, collezioni e figure storiche del graphic design testimonia una significativa rivalutazione critica di questa disciplina. La recente mostra *Lella and Massimo Vignelli. A Language of Clarity*, ospitata alla Triennale di Milano, ha riportato al centro del dibattito il valore culturale del progetto grafico, mostrando come rigore, sintesi e chiarezza siano stati strumenti capaci di incidere profondamente sulla cultura visiva contemporanea.

Su questa stessa linea si collocano ora due importanti esposizioni europee che, pur affrontando il tema da prospettive molto diverse, restituiscono tutta la complessità della disciplina. La prima, *Avanguardia - Il design grafico in movimento*, in programma al Museum für Gestaltung di Zurigo fino al 21 febbraio 2027, guarda agli anni compresi tra le due guerre mondiali, cioè a uno dei momenti più rivoluzionari della storia della comunicazione visiva. In quel breve ma intensissimo arco temporale il graphic design cambia radical-

mente linguaggio. Il Costruttivismo russo, la Nuova Tipografia, il Bauhaus e le sperimentazioni fotografiche ridefiniscono il rapporto fra testo, immagine e spazio. La pagina non è più una semplice superficie sulla quale disporre elementi, ma diventa un campo dinamico governato da ritmo, gerarchie visive e tensioni compositive. L'esposizione mette in dialogo protagonisti come El Lissitzky, Valentina Kulagina, Jan Tschichold, Lucia Moholy, Binia Bill e Adolphe Mouron Cassandre, mostrando come linguaggi apparentemente differenti convergano verso una comune aspirazione: costruire un nuovo modo di vedere. Si abbandonano le decorazioni e le narrazioni pittoriche del passato per privilegiare forme geometriche essenziali, colori ridotti, fotografie dal forte impatto, caratteri tipografici razionali. La grafica diventa il laboratorio di una modernità che investe contemporaneamente architettura, design industriale, editoria, teatro e cinema. È una stagione in cui il progetto grafico contribuisce a costruire la modernità e non solo a rappresentarla. Manifesti, riviste e libri diventano strumenti attraverso cui diffondere nuove idee politiche, nuovi model-

li sociali e nuovi linguaggi estetici. A distanza di quasi un secolo, molti di quei principi continuano a costituire il lessico fondamentale della comunicazione contemporanea.

Se Zurigo racconta la nascita di una grammatica internazionale del Moderno, la seconda mostra, *Identità - La storia del design grafico ceco*, ospitata dal Design Museum di Bruxelles dal 16 ottobre 2026 al 7 marzo 2027, sposta invece lo sguardo su una specifica cultura nazionale. L'esposizione attraversa oltre cento anni di storia della grafica ceca, evitando però di costruire un pantheon di capolavori o un canone definitivo. Il suo obiettivo è piuttosto mostrare come il graphic design sia profondamente intrecciato alle vicende politiche, sociali e culturali di un Paese collocato nel cuore dell'Europa e attraversato, nel corso del Novecento, da diverse trasformazioni radicali. Manifesti, libri, identità visive, tipografia e progetti editoriali diventano così documenti di una storia collettiva. La grafica emerge come uno spazio nel quale si riflettono tensioni ideologiche, cambiamenti istituzionali, aperture internazionali e specificità locali. L'identità visiva non ap-

pare più come una semplice questione stilistica, né meramente funzionale, ma come il risultato di un continuo confronto fra cultura, politica e società.

È interessante osservare come le due mostre, pur diverse per impostazione, convergano nella medesima convinzione: nel primo caso viene raccontata la nascita di un linguaggio universale capace di attraversare discipline e confini; nel secondo si mostra come quel linguaggio venga reinterpretato all'interno di una storia nazionale, assumendo significati specifici e contribuendo alla costruzione dell'identità culturale di un Paese. In un'epoca dominata dagli schermi e dalla comunicazione digitale, queste due esposizioni ricordano quanto il progetto grafico continui a essere una delle forme più pervasive del design. È un linguaggio che spesso non vediamo, o che non osserviamo con la necessaria attenzione, proprio perché ci accompagna ovunque: organizza le informazioni, orienta i movimenti, costruisce fiducia, genera memoria. In altre parole, continua ogni giorno a progettare e a orientare il nostro modo di guardare il mondo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA