

Quaderni di Poliarte

«Quaderni di Poliarte» raccoglie i lavori realizzati all'interno dell'Accademia di Belle Arti e Design Poliarte di Ancona ed è espressione della fervida attività di formazione e ricerca che si svolge in accademia, luogo di incontro tra molteplici forme tecniche e artistiche: architettura, design, grafica, arti creative, tecnologie digitali, artigianato, moda, musica, cinema e teatro.

I quaderni, espressione unica della pluralità delle forme di rappresentazione, rivolgono particolare attenzione a progetti di ricerca, didattica, studi, laboratori e sperimentazioni, per valorizzare creatività e progettazione, senza tralasciare le connessioni con gli ambiti psicologico e sociale, professionale, aziendale, economico, comunicativo e socio-culturale.

Progetto realizzato con l'Accademia di Belle Arti e Design PoliarTE di Ancona.

tab edizioni

© 2021 Gruppo editoriale Tab s.r.l.
viale Manzoni 24/c
00185 Roma
www.tabedizioni.it

Prima edizione novembre 2021
ISBN versione cartacea 978-88-9295-306-2
ISBN versione digitale 978-88-9295-316-1

È vietata la riproduzione, anche parziale,
con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la
fotocopia, senza l'autorizzazione dell'editore.
Tutti i diritti sono riservati.

MARZIA BRUNO
SERGIO GIANTOMASSI

Typos

Un manuale di caratteri tipografici

prefazione di Giordano Pierlorenzi

INDICE

PREFAZIONE	p. 9	M COME MINION	p. 145
INTRODUZIONE	p. 11	N COME NOORDA	p. 157
LA TIPOGRAFIA	p. 13	O COME OPTIMA	p. 169
A COME AVENIR	p. 25	P COME PERPETUA	p. 181
B COME BODONI	p. 37	Q COME QUADRAAT	p. 193
C COME COMIC SANS	p. 49	R COME ROCKWELL	p. 205
D COME DIDOT	p. 61	S COME SABON	p. 217
E COME EUROSTILE	p. 73	T COME TIMES NEW ROMAN	p. 229
F COME FUTURA	p. 85	U COME UNIVERSE	p. 241
G COME GARAMOND	p. 97	V COME VERDANA	p. 253
H COME HELVETICA	p. 109	Z COME ZAPFINO	p. 265
I COME IMPACT	p. 121	SITOGRAFIA	p. 276
L COME LUBALIN	p. 133		

PREFAZIONE

I caratteri tipografici sono per la parola scritta ciò che i diversi dialetti sono per le lingue.

Steven Heller

Il carattere grafico è segno d'identificazione. Ho trovato ed estratto dal libro un minuscolo brano, in cui credo si possa riassumere l'intero suo valore e l'ufficio divulgativo che intende svolgere, peraltro non dichiarato, ma che si può agevolmente intuire leggendolo: «La tipografia non è mai semplicemente il testo o il modo in cui il testo è disposto all'interno di una pagina, ma è tutto ciò che compone la pagina stessa e ha, inoltre, un'enorme influenza sull'impatto visivo di un messaggio, stabilendone il tono e l'umore per il lettore. Il type design ha una storia lunga e affascinante e i caratteri tipografici che usiamo oggi hanno spesso storie di origine incredibili» (p. 16).

Questo libro, dunque, oltreché presentare gli esiti di una ricerca approfondita, documentata e raccontata sui caratteri tipografici, può certamente essere considerato un manuale per professionisti e studenti che ambiscono diventare graphic designer, progettisti della comunicazione cioè, i cui messaggi sappiano però anche convincere e persuadere la persona integrale del lettore: colpire gli occhi (*soma*), scaldare il cuore (*pneumos*) e agire la mente (*psiche*). Perché attratto non solo dal contenuto, ma anche dall'atmosfera che effonde creando una vera comunità tra l'autore, il libro e il lettore. Perché il graphic designer è un demiurgo, un professionista creativo che trasforma la materia povera della carta, e oggi anche l'immateriale digitale, in un prodotto utile e bello. Il libro è fatto di

parole e le parole di lettere, che per essere scritte e poi lette devono assumere una forma intellegibile e piacevole, che con il tempo diviene convenzione normativa grafica e comunicativa perché gli uomini si intendano, reagiscano e facciano comunità, come sostiene il filosofo esistenzialista Martin Buber: «comunicare è fare comunità». L'etimologia può ulteriormente aiutare a comprendere l'importanza di questo libro incentrato sul carattere della parola scritta. «Carattere», per l'appunto, dal greco *charasso*, è il verbo che significa scolpire, incidere, imprimere; e il termine *karaktér* (*χαρακτήρ*) poi, ne approfondisce il valore indicandone l'impronta; significato, infine, ribadito anche dal corrispondente latino *character -eris*, traccia. Dunque, il carattere tipografico, e in senso lato il carattere grafico, è il sigillo che marca, identifica una persona, un oggetto, un ambiente, un'atmosfera. Ne disegna lo stile, il portamento, la grazia espressiva del personale modo di comunicare, di condividere, di connettersi. È, in sintesi, il differenziale semantico tra le cose, le persone, le realtà; come pure il segno distintivo condizionante la coscienza individuale, su cui si lascia scivolare fissandosi e fermandosi definitivamente, come sosterrebbe anche il filosofo e pedagogista antidealista tedesco Johann Friedrich Herbart. Coscienza perciò modificata del soggetto osservatore ora in modalità di utente, che intende usarlo per fini pratici, ora in modalità di fruitore, quando ne gode sul piano estetico e edonistico, del piacere.

Ma il carattere grafico (*graphein*, scrivere) è qualcosa di più; e quello tipografico è qualcosa di ancor maggiore. Ci sono, infatti, impronte e impronte, o forse dovrei dire orme, tracce, segnali. Così, l'ambito linguistico si espande, spalancando uno scenario vario aperto alla glottologia, alla filologia, alla semantica, all'etimologia molto stimolante. Troppo largo tuttavia per la tipologia di ricerca iconologica e iconografica sul type design elaborata da Marzia Bruno per la propria tesi di fine corso in graphic e web design dell'Accademia di Belle Arti e Design Poliarte di Ancona sotto la guida del docente relatore professor Sergio Giantomassi. Tesi che ha ricevuto dalla commissione di esame l'onore e il merito di pubblicazione. È una ricerca concentrata su un mezzo tecnico di comunicazione – la stampa –, che rivoluzionando il modo in cui raccogliere, conservare e tramandare il sapere di generazione in generazione, riduce, limita la fatica di chi scrive – dall'amanuense, al calligrafo, dal graphic al digital designer –, delegandola in buona parte alla macchina di cui diviene vigile gestore e controllore. È per questo che il carattere di stampa e la tipografia in generale, possono essere definiti macchine ergonomiche, perché assolvono al compito della divulgazione culturale e contemporaneamente libera l'operatore grafico-stampatore dall'estenuante lavoro ripetitivo calligrafico. Si può capire, quindi, attraverso il canone dell'ergonomia, il grande merito dell'invenzione della stampa che ha ridotto la fatica umana a vantaggio di un maggior impegno creativo-intellettuale rivolto piuttosto alla progettazione, sia a monte del processo che nella fase finale di controllo della qualità.

Per approfondire ulteriormente l'esclusiva importanza del carattere tipografico può risultare inoltre utile un confronto comparativo del lavoro di stampa con altre espressioni creative. Eccone alcune: la *grafia* come graffio, schizzo, ghirigoro, graffito del gesto manuale che la scrittura ha evoluto in segno

uniforme convenzionale, cioè l'atto di scrivere a mano o in corsivo, donde la calligrafia; poi, la *grafica*, l'atto di scrivere attraverso un mezzo tecnico/tecnologico – la macchina per scrivere, la linotype, la litografia, il computer, il tablet, lo smartphone, ecc. – e infine il *disegno* a mano libera o con l'ausilio di un mezzo tecnico/tecnologico. Questo tipo di analisi semiologica e semantica è un'esercitazione sperimentalistica in uso nei programmi didattici dell'Accademia di Belle Arti e Design Poliarte di Ancona, che impegna nella metodologia della progettazione gli studenti del corso di Graphic e web design.

L'analisi del segno richiede sempre l'intervento di diverse discipline come il lettering, il graphic design, la grafologia, la sociologia della comunicazione, la psicologia del linguaggio e della persuasione, la crittografia; queste, e forse altre ancora, possono interpretare l'impronta dell'infinita sua creatività che l'uomo lascia in eredità ai posteri, quale vestigia del tempo che fugge. D'altronde non è forse stato sempre così: dai geroglifici, ai graffiti rupestri di Altamura, agli odierni murali, alla street art. Senza contare poi l'uso dilagante di logo, marchio, monogramma, griffe, acronimo e acrostico per il distinguersi della persona e per proiettare ostentatamente il proprio stile, anticipando il suo e l'altrui comportamento attivo-reattivo.

La comunicazione, come la moda, è lo specchio della vita in ogni epoca.

Giordano Pierlorenzi
direttore dell'Accademia
di Belle Arti e Design Poliarte

INTRODUZIONE

TYPOS: UN MANUALE GRAFICO PER LA CONOSCENZA DEI CARATTERI E DEI LORO CREATORI

Metaforicamente intriso di inchiostro già dalle prime pagine questo manuale è uno strumento ideale per tutti coloro che del type design ne fanno una professione, ma anche per chi ha l'interesse e la curiosità di indagare tra aneddoti e storie di vita che hanno portato al disegno di forme e segni che ci accompagnano fin dalla tenera età.

Un carosello di immagini grafiche, cromie e citazioni che rende la tipografia a colori, togliendo quel velo di bianco e nero e anche un po' di polvere di piombo che è rimasta dai tempi della Linotype.

Una narrazione che cresce, vivace e puntuale, e che ci permette di conoscere le peculiarità di ogni forma visiva, di ogni segno consigliandoci in definitiva l'applicazione e l'accostamento di ogni carattere tipografico con altri suoi simili ma di natura diversa.

Un "glossario visivo" espresso in ordine alfabetico che introduce, focalizza ed esalta la bellezza delle lettere, prendendo ad esempio brand famosi per illustrarne la giusta applicazione del lettering, premessa fondamentale per la costruzione del comunemente detto "logotipo".

Tutti i giorni leggiamo caratteri, segni significanti, forme di lettere, componiamo versi e veicoliamo informazioni.

Quotidianamente adoperiamo sapientemente o meno dei piccoli mattoncini per la composizione dei testi, che si rendono invisibili e trasmettono concetti nell'era attuale, dove l'informazione e i dati la fanno da padrone.

Cosa succederebbe se, paradossalmente, un giorno scomparissero tutti i caratteri? Come comunicheremmo i nostri dati, così importanti ma altrettanto invisibili e scontati?

Ecco, questo volume, che nasce da un progetto di ricerca all'interno dell'Accademia Poliarte dà delle risposte, illustra delle soluzioni e fornisce dei consigli per studenti, professionisti, designer, grafici e interessati di ogni genere allo studio di questa affascinante disciplina dell'arte delle lettere.

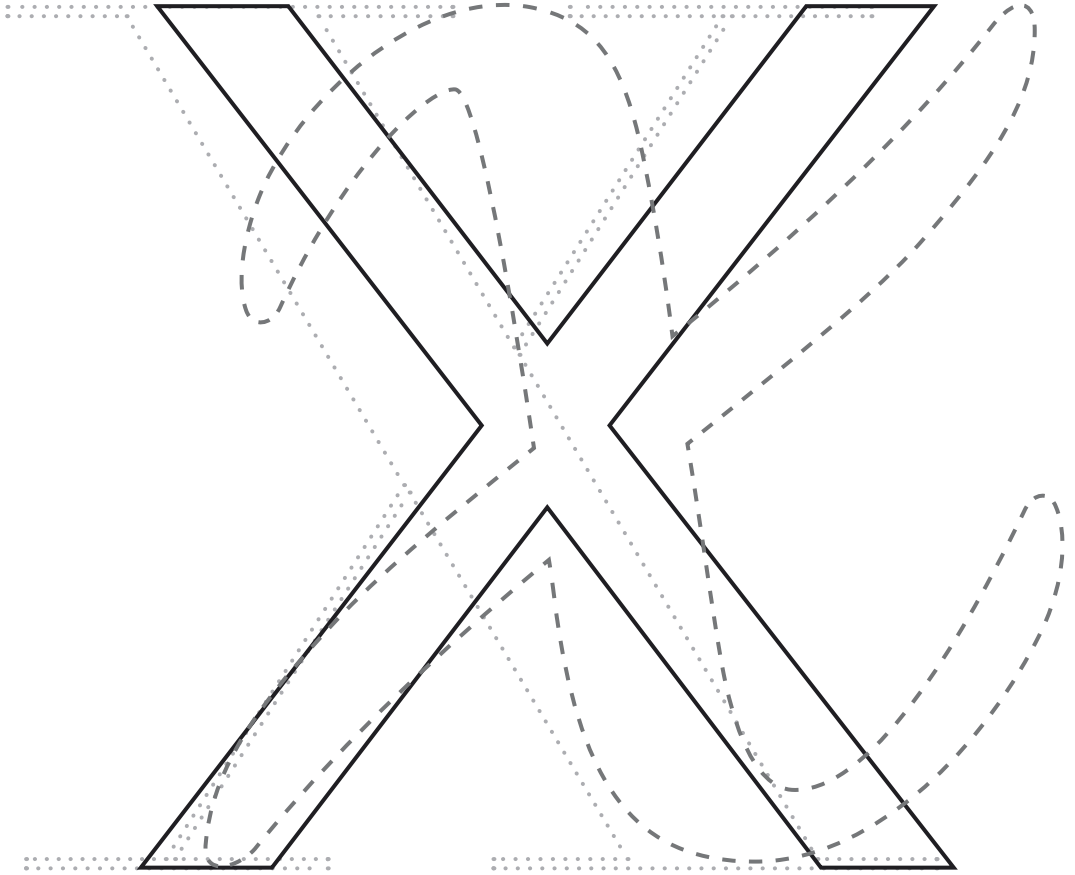
Un volume ricco di approfondimenti e suggerimenti, da tenere sempre a disposizione sopra la nostra scrivania vicino agli strumenti di lavoro.

Sergio Giantomassi

graphic and editorial designer | illustrator
coordinatore del corso di graphic e web design
dell'Accademia di Belle Arti e Design Poliarte

**«La tipografia
è l'immagine
della lingua»**

Ellen Lupton



LA
TIPOGRAFIA

PIANO DELL'OPERA

UN MANUALE DI CARATTERI TIPOGRAFICI

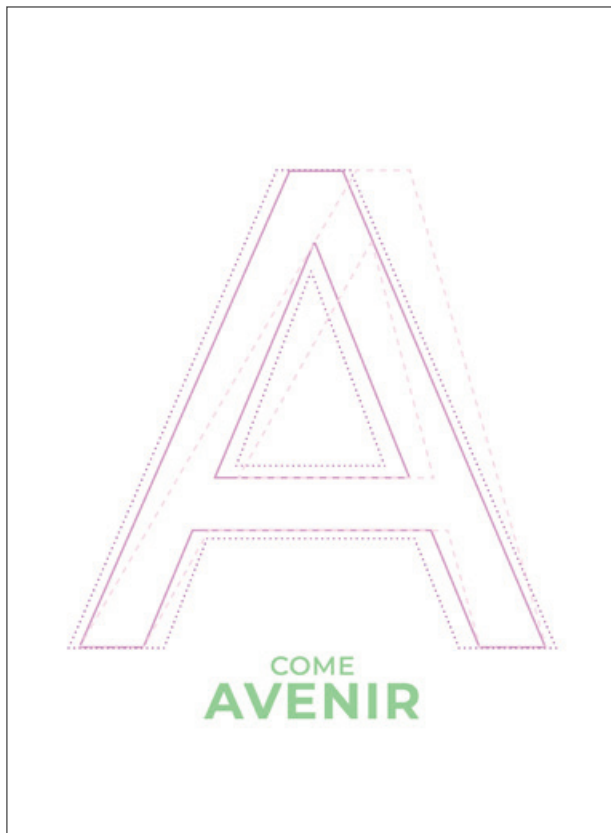
TYPOS è un manuale di caratteri tipografici che comprende 22 capitoli, di cui 1 introduttivo e 21 organizzati in ordine alfabetico. A ogni lettera corrisponde un carattere tipografico presentato secondo diversi aspetti.

Il titolo, TYPOS, si riferisce sia alla desinenza greca della parola tipografia *τύπος*, che significa “impronta”, sia al termine inglese *typos*, che significa invece “errori di battitura”.

In ogni capitolo vengono approfonditi il designer, la storia e l'anatomia del carattere preso in analisi. Seguono poi una comparazione con il carattere di ispirazione o con un carattere simile della stessa famiglia stilistica, l'uso commerciale e una pratica guida denominata “istruzioni per l'uso” che illustra l'uso consigliato del carattere stesso.

All'interno di ogni capitolo si trova anche una scheda tecnica del carattere tipografico in cui sono riassunte le principali informazioni e vengono mostrate lettere, numeri e caratteri speciali nel dettaglio.

Tra colori vivaci e citazioni brillanti TYPOS è un viaggio nella tipografia, attraverso le epoche, gli stili, i designer e gli alfabeti che hanno reso grande questa disciplina.



Esempio di sviluppo
dell'interno del fascicolo

LE ORIGINI DEI CARATTERI

COME NASCE LA TIPOGRAFIA

La tipografia non è mai semplicemente il testo o il modo in cui il testo è disposto all'interno di una pagina, ma è tutto ciò che compone la pagina stessa e ha, inoltre, un'enorme influenza sull'impatto visivo di un messaggio, stabilendone il tono e l'umore per il lettore.

Il type design ha una storia lunga e affascinante e i caratteri tipografici che usiamo oggi hanno spesso storie di origine incredibili.

Il termine tipografia deriva dal greco *τύπος* (týpos), ossia "impronta", e *γράφειν* (gráphein), cioè "scrivere", e indica la tecnologia per produrre testi stampati usando matrici in rilievo composte di caratteri mobili o di cliché inchiostrati. Per estensione, indica anche l'officina in cui tale attività viene esplicata e l'attività artigianale o industriale connessa.

Questa disciplina si affermò verso la metà del XV secolo in seguito alle invenzioni del torchio di stampa e dei caratteri mobili di metallo da parte di Johannes Gutenberg.

**«I caratteri tipografici sono per la parola scritta
ciò che i diversi dialetti sono per le lingue»**

Steven Heller

**«Il design non è arte.
Il design è utilitaristico,
l'arte no»**

Massimo Vignelli

Fin dalla loro invenzione la scrittura e l'incisione furono praticate su ogni tipo di supporto: pietre, papiri e poi, soprattutto, pergamene.

Si trattava del compito principale dei celebri amanuensi medievali, che copiavano i testi antichi in una grafia elaborata e arricchita da miniature. Parallelamente le stesse operazioni si svolsero anche in Oriente.

Fu proprio il cinese Bi Sheng a inventare intorno all'anno Mille dei blocchetti di porcellana su cui incidere gli ideogrammi, poi costruiti in legno e addirittura in bronzo nell'area della Corea.

Il legno era il materiale sfruttato anche dalla xilografia, praticata nelle stamperie italiane. Questa tecnica prevede che le tavolette siano incise, inchiostrate e impresse su carta tramite un torchio. Tutte queste tecniche vennero implementate e riunite dall'ingegno dell'orafo Johannes Gutenberg,

«Il type design riguarda la funzione, disegnare belle forme non è abbastanza»

James Todd

che nel 1453 pensò di allineare per la prima volta i caratteri tipografici mobili in piombo per stampare la Bibbia: il glifo corrispondente a ogni blocchetto veniva cosparso di inchiostro grasso e veniva impresso sulla carta.

In poco tempo la stampa tramite caratteri mobili di metallo divenne lo standard per la duplicazione del testo. I tratti svolazzanti o le lettere gotiche, però, rendevano il processo complicato ed emerse quindi la necessità di creare caratteri tipografici più semplici e comprensibili che riducessero i tempi e i costi di stampa. Nel 1470, mentre era a Venezia, il francese Nicholas Jenson prese ispirazione dall'essenzialità delle lapidi latine e inventò un carattere rettilineo e di facile lettura: nacque così il carattere **romano**.

Dal Rinascimento alla fine dell'Ottocento, le famiglie di caratteri si succedettero senza tregua, diventando i caratteri tipografici che conosciamo e usiamo ancora oggi. Fu così per il **corsivo**, anticamente noto come **Aldino**, dal nome del suo inventore, Aldo Manuzio, conosciuto maggiormente col suo termine inglese **italic**, ma fu così anche per il **Garamond**, per il **Caslon**, per il **Bodoni** e per il **Didot**.

Con il proliferare dei caratteri tipografici nacquero anche le prime classificazioni, la più famosa delle quali contrappone i caratteri con le grazie (*serif*) ai caratteri senza grazie (*sans serif*), che invece costruivano le lettere solo attraverso curve e bastoni. All'Ottocento risalgono due svolte importanti: nel

1884 il tedesco Ottmar Mergenthaler brevettò la linotype americana, una macchina per la composizione tipografica con tastiera che sostituì la composizione manuale grazie al connubio di digitazione umana e composizione meccanica dei caratteri tramite fonditrice, e lo sviluppo della cromolitografia dovuta a una intensificazione della produzione industriale.

Quest'ultima è una tecnica tramite cui fu possibile stampare a colori scritte e disegni, così da rendere più decorato e appariscente ogni sorta di oggetto, nel tentativo di catturare l'attenzione dell'acquirente a discapito della concorrenza. Iniziarono, quindi, a diffondersi caratteri più eccentrici, ispirandosi prima all'egittologia e poi allo stile grottesco.

Il primo Novecento fu segnato dalle rivoluzioni artistiche: sono nati sotto l'influenza avanguardista il *Gill Sans* e il *Johnston*, poi affiancati da caratteri più geometrici o ispirati al Bauhaus, fra i quali *Futura* e *Avant Garde*.

I totalitarismi, specialmente nella Germania nazista, coincisero con un ritorno ai caratteri antichi nello stile gotico del *Blackletter*, soprattutto l'*Antiqua* e il *Fraktur*, mentre nel 1957 lo svizzero Max Miedinger, ispirandosi all'*Akzidenz Grotesk* disegnò il carattere *Helvetica*, ancora oggi uno tra i più apprezzati e utilizzati.

«La tipografia deve essere udibile. La tipografia deve essere sentita La tipografia deve essere vissuta»

Helmut Schmid

ANATOMIA DEL CARATTERE

LE PARTI CHE COMPONGONO LE LETTERE

Cìò che contraddistingue i caratteri tipografici sono i dettagli.

In tipografia esistono delle terminologie tecniche specifiche per far riferimento alle parti anatomiche dei glifi, ossia delle lettere.

I caratteri si suddividono principalmente in tre macro gruppi in base ai loro tratti terminali: i ca-

ratteri **graziati**, ossia che possiedono le grazie, detti anche *serif*, **bastoni**, detti anche *sans serif*, e **scritti**.

Le grazie possono essere più o meno marcate, molto spesse a lastra (*slab serif*) o molto sottili (*hairline serif*), con parentesi, quindi raccordate alle aste, oppure perpendicolari. Le grazie sono il tratto distintivo che permette al carattere di essere classificato nelle famiglie stilistiche.

1 – Corpo del carattere

2 – Altezza della maiuscola (cap height)

3 – Altezza delle minuscole ascendenti

4 – Altezza delle minuscole discendenti

5 – Occhio o altezza della minuscola (x height)

6 – Altezza della maiuscola accentata

7 – Spalla superiore

8 – Allineamento superiore

9 – Allineamento medio

10 – Linea di base

11 – Allineamento inferiore

12 – Spalla inferiore

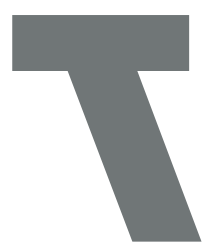




HAIRLINE SERIF



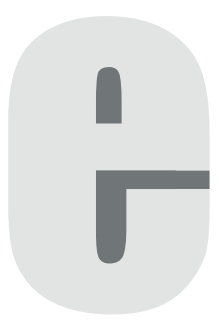
SLAB SERIF



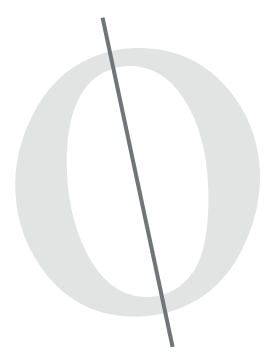
PARENTESI



FORMA



CONTROFORMA



ASSE



VERTICE

ORECCHIO



APICE



**ASTA CURVA
AD ARCO**

PILASTRINO



SVOLAZZO



CODA RETTA

SPALLA



CRAVATTA