



ITALIAN RENAISSANCE
THE START OF A NEW ERA

project concept created by
Kalimera

collected and selected by
Kalimera

designed and edited by
Kalimera

english translation by
Antonietta Berveglieri

printed by
Grafiche Pioppi
Reggio Emilia, Italy.

Red Publishing, 2006

ISBN 88-8492-04-6

© Red Publishing, Modena, Italy.
All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced or transmitted in any form or
by any
means, electronic or mechanical, including
photocopy
or any storage and retrieval system, without
permission in writing from the publisher.

RED PUBLISHING
viale prampolini, 110
41100 modena italy
phone +39 059 212792
fax +39 059 4392133
www.redonline.it
info@redonline.it



ACURAT

AM STUDIO

BALENA CORPORATION

ASPRIME

BLA MAXIMA

FABIO SESTON

GIANNI ROSSI

OTOLAB

CAMEFANTASMA

CLAUDIO SMATTI

DEADWIK
DIGITALARTS

JOVANDISE

FABRIZIO SCHIARI

SUMERA

DIAMOND PROJECT

EMMALROSSI

LORENZO BAIAL

MATTEO GIULI

FEDERICA POPE

KALINERA

SHAMELESS

HAPPYCENTRO ANIMATEK

MATTEO GIOVANNITTE

YOKURKI LLC

LIMITAZERO

ROBERTO BAGATTI

TEMECLA DESIGN



Un altro Rinascimento. Quello originale, nel Quattrocento, trasformò in centro di eccellenza un paese in realtà inesistente (l'Italia), perché in buona parte sottomesso a regnanti stranieri, e per il resto suddiviso in principati e signorie. La discrepanza fra eccellenze locali e situazione politica generale è ampia oggi come allora; anche ai giorni nostri, spesso, la sensibilità di amministratori, imprenditori, mecenati locali può sopprimere alle mancanze di indirizzo del governo centrale; grazie anche alla capacità, sia nel XV che nel XX secolo, di dialogare con il resto del mondo conosciuto. La premessa non è inutile, perché in Italia il graphic design è davvero dappertutto, da un punto di vista geografico in primis. E, come sempre accade, gli spunti local si fondono alle politiche global. Ma questa è una costante della nostra cultura contemporanea: forse allora più che perdersi a definire le caratteristiche peculiari di questo linguaggio local, o rimarcare la continuità fra la cultura italiana nel graphic design e quelle di altri paesi, è più interessante seguire il suggerimento proposto dal titolo: partire dal Rinascimento, dunque. Le pagine di questo volume raccontano una situazione eclettica ed una indubbia conoscenza diretta (per contatti, collaborazioni, amicizie) di ciò che avviene fuori dai patri confini; una situazione però particolare, la cui peculiarità non si risolve certo in una questione unicamente stilistica, ma nasce da un modo di fare dalle radici più profonde.

TRADIZIONI 1: SCHEGGE DI STORIA

Non vogliamo esagerare ricordando che la tipografia (e quindi il graphic design) arrivarono presto in Italia, proprio durante il Rinascimento, quando Venezia fu culla di incisori (Jenson, per esempio) ed editori (Aldo Manuzio, primo fra tutti), oltre che di grandi maestri della pittura tonale (Bellini). Il rapporto fra la precisione della misura e il piacere della bellezza è figlio del Rinascimento, che inventa un sistema geometrico per la nostra visione, ma lo interpreta con una straordinaria felicità di tecniche e di stili. Una dicotomia che si protrae nei secoli, anche nell'interpretazione della storia e degli autori. Giovanbattista Bodoni, nel suo lungo lavoro per il Duca di Parma, fu un neoclassicista, attento alla sistematicità matematica della progettazione dei suoi caratteri tipografici; o un romantico, intento ad esasperare i contrasti interni al loro corpo? E non troviamo forse una ambivalenza consimile (fra regola e invenzione, magari) in Fabrizio Schiavi e Roberto Bagatti, che si sono formati all'Istituto d'Arte di quella città, dove sicuramente qualche fantasma bodoniano aleggia ancora?

TRADIZIONI 2: MODERNISMI ED EREDI

Tempi più recenti: la tradizione razionalista mitteleuropea, giunta in Italia anche tramite la costante presenza di autori svizzeri, incrocia dal secondo dopoguerra una vena non sistemica che spinge vuoi alla figura, vuoi alla variazione continua, vuoi alla ricerca di un rapporto con le coeve avanguardie artistiche. Non è solo la celeberrima immagine scoordinata di Giovanni Pintori per Olivetti; ma anche Tovaglia, Grignani, Steiner. Ne troviamo traccia in una serie di maestri sbocciati negli anni Sessanta e tuttora in attività: come Iliprandi, Provinciali, Armando e Maurizio Milani. Così come nella rarefazione della stessa modularità del sistema grafico proposta da Lupi o Cerri, e ancor più dallo scomparso Fronzoni.

E ancora questa capacità di sintesi che caratterizza una generazione seguente, cresciuta negli anni Ottanta, quella che porterà davvero il graphic design dappertutto, forgiando a sua volta allievi di rilievo (in questo libro, per esempio, Matile Giovanotte): Dolcini, Casamenti, Ognibene, Rauch, Vignali, Segno Associati.... E non è detto che si tratti solo di graphic designer: si veda l'influenza effettivamente progettuale di un animatore come Ro Marcenaro su Kalimerà ed altri studi dell'Emilia.

Ci sono altri maestri, però: Giacomo Spazio di Airstudio, presente in queste pagine: è la tradizione delle subculture, più recente senza dubbio, ma sempre tradizione. Che ha le sue ovvie connessioni internazionali (il japonisme manga style di Tokidoki), ma vanta anche delle vene iconografiche autoctone (il Riviera beat di Gianni Rossi, o il giocoso eclettismo di Balena). Una doppia valenza dunque, sistemica ed estetica, come tratto caratterizzante ma connotato della tradizione italiana: a fronte di una storia del graphic design nella quale queste due stesse polarità rappresentano spesso momenti cronologicamente e geograficamente disgiunti. Una caratteristica che può spiegare anche la scelta di questo libro di ospitare per ogni studio, al posto dei canonici progetti effettivamente realizzati per i clienti, una serie di pagine libere da committenza diretta: dunque, sottoposte alla regola insita nel graphic design, ma interpretate con libertà del tutto autoriale.

Carlo Branzaglia



Un altro Rinascimento. Quello originale, nel Quattrocento, trasformò in centro di eccellenza un paese in realtà inesistente (l'Italia), perché in buona parte sottomesso a regnanti stranieri, e per il resto suddiviso in principati e signorie. La discrepanza fra eccellenze locali e situazione politica generale è ampia oggi come allora: anche ai giorni nostri, spesso, la sensibilità di amministratori, imprenditori, mecenati locali può sopprimere alle mancanze di indirizzo del governo centrale; grazie anche alla capacità, sia nel XV che nel XX secolo, di dialogare con il resto del mondo conosciuto. La premessa non è inutile, perché in Italia il graphic design è davvero dappertutto, da un punto di vista geografico in primis. E, come sempre accade, gli spunti local si fondono alle politiche global. Ma questa è una costante della nostra cultura contemporanea: forse allora più che perdersi a definire le caratteristiche peculiari di questo linguaggio local, o rimarcare la continuità fra la cultura italiana nel graphic design e quelle di altri paesi, è più interessante seguire il suggerimento proposto dal titolo: partire dal Rinascimento, dunque. Le pagine di questo volume raccontano una situazione eclettica ed una indubbia conoscenza diretta (per contatti, collaborazioni, amicizie) di ciò che avviene fuori dai patri confini; una situazione però particolare, la cui peculiarità non si risolve certo in una questione unicamente stilistica, ma nasce da un modo di fare dalle radici più profonde.

TRADIZIONI 1: SCHEGGE DI STORIA

Non vogliamo esagerare ricordando che la tipografia (e quindi il graphic design) arrivarono presto in Italia, proprio durante il Rinascimento, quando Venezia fu culla di incisori (Jenson, per esempio) ed editori (Aldo Manuzio, primo fra tutti), oltre che di grandi maestri della pittura tonale (Bellini). Il rapporto fra la precisione della misura e il piacere della bellezza è figlio del Rinascimento, che inventa un sistema geometrico per la nostra visione, ma lo interpreta con una straordinaria felicità di tecniche e di stili. Una dicotomia che si protrae nei secoli, anche nell'interpretazione della storia e degli autori. Giovanbattista Bodoni, nel suo lungo lavoro per il Duca di Parma, fu un neoclassicista, attento alla sistematicità matematica della progettazione dei suoi caratteri tipografici; o un romantico, intento ad esasperare i contrasti interni al loro corpo? E non troviamo forse una ambivalenza consimile (fra regola e invenzione, magari) in Fabrizio Schiavi e Roberto Bagatti, che si sono formati all'Istituto d'Arte di quella città, dove sicuramente qualche fantasma bodoniano aleggia ancora?

TRADIZIONI 2: MODERNISMI ED EREDI

Tempi più recenti: la tradizione razionalista mitteleuropea, giunta in Italia anche tramite la costante presenza di autori svizzeri, incrocia dal secondo dopoguerra una vena non sistemica che spinge vuoi alla figura, vuoi alla variazione continua, vuoi alla ricerca di un rapporto con le coeve avanguardie artistiche. Non è solo la celeberrima immagine scoordinata di Giovanni Pintori per Olivetti; ma anche Tovaglia, Grignani, Steiner. Ne troviamo traccia in una serie di maestri sbocciati negli anni Sessanta e tuttora in attività: come Ilprandi, Provinciali, Armando e Maurizio Milani. Così come nella rarefazione della stessa modularità del sistema grafico proposta da Lupi o Cerri, e ancor più dallo scomparso Fronzoni. E' ancora questa capacità di sintesi che caratterizza una generazione seguente, cresciuta negli anni Ottanta, quella che porterà davvero il graphic design dappertutto, forgiando a sua volta allievi di rilievo (in questo libro, per esempio, Matile Giovanotte): Dolcini, Casamenti, Ognibene, Rauch, Vignali, Segno Associati.... E non è detto che si tratti solo di graphic designer: si veda l'influenza effettivamente progettuale di un animatore come Ro Marcenaro su Kalimera ed altri studi dell'Emilia. Ci sono altri maestri, però: Giacomo Spazio di Airstudio, presente in queste pagine: è la tradizione delle subculture, più recente senza dubbio, ma sempre tradizione. Che ha le sue ovvie connessioni internazionali (il japonisme manga style di Tokidoki), ma vanta anche delle vene iconografiche autoctone (il Riviera beat di Gianni Rossi, o il giocoso eclettismo di Balena). Una doppia valenza dunque, sistemica ed estetica, come tratto caratterizzante ma connaturato della tradizione italiana: a fronte di una storia del graphic design nella quale queste due stesse polarità rappresentano spesso momenti cronologicamente e geograficamente disgiunti. Una caratteristica che può spiegare anche la scelta di questo libro di ospitare per ogni studio, al posto dei canonici progetti effettivamente realizzati per i clienti, una serie di pagine libere da committenza diretta: dunque, sottoposte alla regola insita nel graphic design, ma interpretate con libertà del tutto autoriale.

Carlo Branzaglia















