

Per me, *graphic design* significa organizzazione dell'informazione, sia che si tratti di carta stampata, informazione elettronica o segnaletica di qualunque tipo. Al contrario della pubblicità, che si avvale delle emozioni per comunicare, il graphic design si avvale della struttura semiotica per comunicare nel modo piú efficace possibile. Il graphic design deve essere semanticamente corretto, sintatticamente coerente, pragmaticamente comprensibile. Tutto questo in modo forte, intellettualmente elegante e, soprattutto, al di lá delle mode. Questo vale per tutto il campo del design in generale, ma soprattutto per quanto concerne la segnaletica, è estremamente importante questa struttura semiotica, senza la quale la stessa risulta sgangherata ed inefficace.

Questo non vuol dire che la segnaletica debba risultare noiosa, monotona o senza innovazioni stilistiche. Il campo è aperto ad infinite interpretazioni, dettate molto spesso da necessità contingenti, ambientali o stilistiche.

Altri elementi che entrano in gioco sono il concetto di scala, in relazione all'ambiente, i materiali, i colori, i caratteri tipografici e l'impostazione grafica. Un altro elemento è l'interpretazione degli standards internazionali, per semplificare la gestione dei messaggi in lingue diverse.

Nei miei viaggi intorno al mondo ho avuto modo di verificare la disparità di sequenza nel trasmettere informazioni di direzione in aeroporti o stazioni. Molto spesso per ragioni stilistiche la sequenza è: freccia, pittogrammi, testo. Non nego che visivamente stia bene: il fatto è che nessuno è interessato alle frecce come prima informazione, ma piuttosto vuole sapere dell'oggetto (l'uscita, i gabinetti o altro) in parole o in pittogrammi. Prima "cosa" e dopo "dove" si trova e non il contrario come troppo spesso viene fatto.

Un'altro elemento estremamente importante nella segnaletica è il concetto di ricorrenza in modo da poter reperire velocemente l'informazione. Ricorrenza visiva, tipografica, di colore e soprattutto di posizione e supporto. La discontinuità stilistica, cromatica, di posizione o altro è estremamente negativa. Niente è piú no-

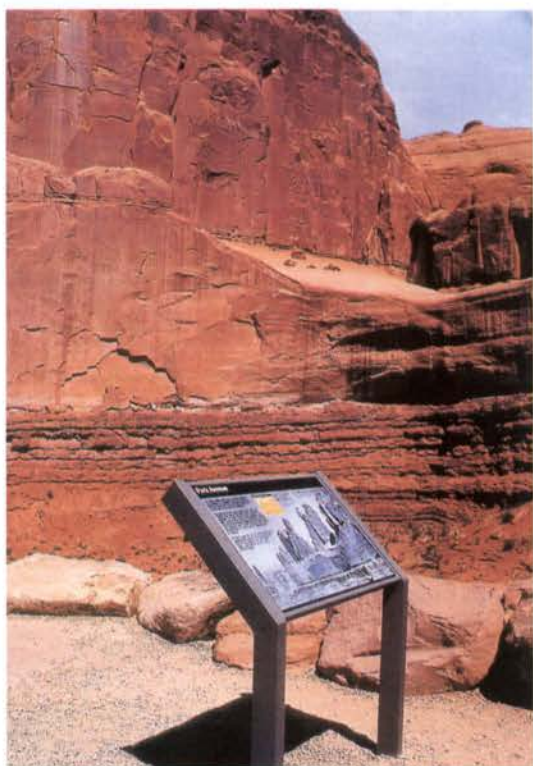


712 Fifth Avenue, New York, 1987. Construction Sites.



Segnaletica urbana per le zone storiche di New York, dove invece di sovrapporre un nuovo stilema a quello esistente si è preferito uniformare la grafica e cambiare solo il fondo di colore, rosso mattone, invece di verde.





civo nel graphic design e nella segnaletica in particolare, della frammentazione, malattia terminale del design. Contrariamente all'arte il design è utilitario, e non beneficia dell'ermetismo creativo o dell'invenzione fine a se stessa.

Comunque tutto questo non chiude la porta a soluzioni brillanti, intelligenti e sensibili all'ambiente, all'architettura e alla destinazione a cui si riferiscono.

La segnaletica è un fenomeno nato fondamentalmente nel ventesimo secolo con la necessità di comunicare a grandi masse di persone, con la diffusione dei mezzi di trasporto e di edifici di natura complessa, quali aeroporti, stazioni, ospedali, nuovi stadi sportivi, musei, esposizioni, parchi, etc.

Il significato fondamentale è di fornire messaggi di identificazione, direzione ed informazione, nel modo più chiaro possibile al fine di sveltire il traffico ed agevolare l'utente.

La segnaletica per situazioni semplici, come le boutiques commerciali, è di natura completamente diversa e presenta una maggior possibilità interpretativa.

La segnaletica urbana, rientra nella categoria "trasporti" e richiede lo stesso livello di rigore metodologico accennato prima. Nella nostra carriera professionale ci è capitato di essere coinvolti più volte in progetti di "segnaletica dei trasporti". Abbiamo progettato la segnaletica per le Metropolitane di New York e Washington, per le ferrovie inglesi GNER e ultimamente per la peruviana PeruRail, per il nuovo terminal American Airlines di New York e naturalmente per la Stazione Termini di Roma e le piccole e medie stazioni delle Ferrovie dello Stato italiane tutt'ora in corso di sviluppo. Di conseguenza abbiamo avuto modo di approfondire il discorso, confrontare soluzioni diverse e valutare diversi aspetti, sia dal punto di vista estetico, che di costi di manutenzione.

Il restauro della Stazione Termini ha offerto la possibilità di rimuovere dalle superfici della stazione tutte le incrostazioni segnaletiche, commerciali o pubblicitarie, accumulate nel tempo, che contribuivano notevolmente al degrado visivo della stazione stessa.

*"Wayfinders" per i Parchi Nazionali Americani. Un pannello segnaletico nel Grand Canyon.*

(Photo: Bob Creamer)

*Segnaletica urbana di identificazione di Edifici per Uffici*

*a) PPG Place, dell'Arch. Philip Johnson, 1983.*

*b) 500 Park Tower, NYC, dell'Arch. James Polcheck.*

*c) 535 Madison, NYC, dell'Arch. Ed Larrabee Barnes.*

