

Editorial. WYSIWYG: the solitude of the first letters

Paolo Belardi



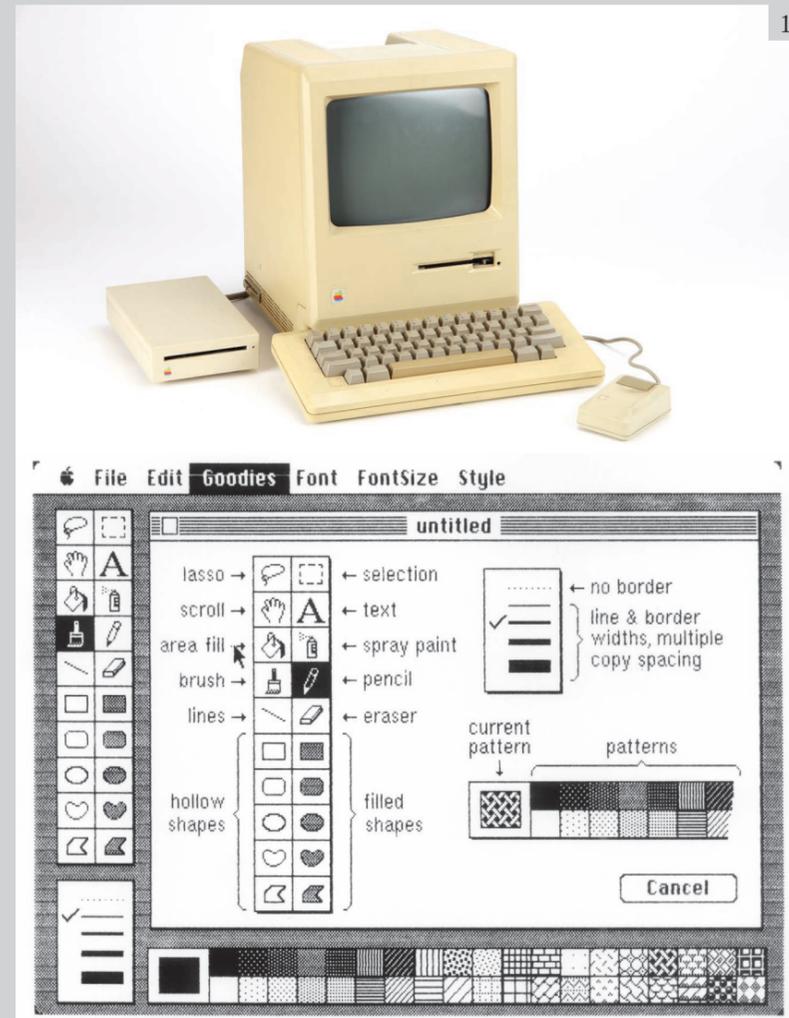
“On 12 June 2005, a 50-year-old man stood up in front of a crowd of students at Stanford University and spoke of his campus days at a ‘lesser institution’ – Reed College in Portland, Oregon. ‘Throughout the campus’, he remembered, ‘every poster, every label on every drawer, was beautifully hand calligraphed. Because I had dropped out and did not have to take the normal classes, I decided to take a calligraphy class to learn how to do this. I learned about serif and sans serif typefaces, about varying the amount of space between different letter combinations, about what makes great typography great. It was beautiful, historical, artistically subtle in a way that science cannot capture, and I found it fascinating”.

The “50-year-old” man mentioned at the beginning of *Just My Type*, the best seller written in 2010 by Simon Garfield for the Profile Book publishing house in London, is Steve Jobs. Which is not surprising, when he designed the first Apple Macintosh computer, he provided the software for word processing (MacWrite developed by Encore Systems) with a wide range of fonts. In fact, in addition to the well-known Times New Roman and Helvetica, Jobs introduced many new font types, meticulously taking care of their look (so much so that at first sight some might seem like handwritten) and of their name (inspired by his favourite cities: Chicago, Los Angeles, Toronto, Venice). But above all, he wanted to equip the drawing software (MacPaint, developed by Bill Atkinson) with a coordinated system of symbolic icons (from the “bucket” for filling surfaces to the “lasso” for the selection of free form areas), launching a form of visual communication that is both innovative and traditional, because able to be part of a millenary path that had started from the wall pictograms in the caves of Lascaux, had passed from the initial capitals of the medieval miniated codes, as well as from the marble inlays of the sacellum of the Holy Sepulchre of Florence and had arrived at the anodised aluminium plates mounted on the Pioneer 10 and Pioneer 11 probes.

Jobs’ idea marked the beginning of a real revolution in our daily relationship with font types and symbolic icons, because, from that moment

on, the definitions “font type” and “symbolic icon” were no longer the exclusive preserve of typographic laboratories and editorial staffs, but became part of the everyday lexicon of every computer user. Making accessible many activities that until then had been inaccessible to most people. So much so that Jobs launched the acronym WYSIWYG (What You See Is What You Get) remarking that with the Apple Macintosh, for the first time in the history of graphics, the final output could be seen at the planning stage, as the printed images were identical to those displayed on the computer screen. However, if it is undeniable that the democratisation of creativity corresponds to the availability of font types and symbolic icons,

Figure 1
Above: Apple Macintosh 128K (Jef Raskin, 1984). *History of Informatics*. [visited July 19, 2018]. Available at: http://atelier.inf.unisi.ch/~dalsat/sai/projects/2015/html/hw/macintosh128k_hw.html. Under: MacPaint (Bill Atkinson, 1984), screenshot. The long view. [visited July 19, 2018]. Available at: http://basalgangster.macgui.com/RetroMacComputing/The_Long_View/Entries/2010/7/31_MacPaint.html.



1

Editoriale. WYSIWYG: la solitudine delle lettere prime

Paolo Belardi

Figura 1
In alto: Apple Macintosh 128K (Jef Raskin, 1984). *History of Informatics*. [visitato 19 luglio 2018]. Disponibile da: http://atelier.inf.unisi.ch/~dalsat/sai/projects/2015/html/hw/macintosh128k_hw.html. In basso: MacPaint (Bill Atkinson, 1984), schermata. The long view. [visitato 19 luglio 2018]. Disponibile da: http://basalgangster.macgui.com/RetroMacComputing/The_Long_View/Entries/2010/7/31_MacPaint.html.

«Il 12 giugno 2005, all’Università di Stanford, un uomo di mezz’età si alzò davanti a un’aula affollata di studenti per parlare dei tempi in cui frequentava un istituto assai meno prestigioso: il Reed College a Portland, nell’Oregon. “Nel campus – raccontò – ogni cartellone, ogni etichetta di ogni singolo cassetto erano elegantemente scritti a mano. Poiché mi ero ritirato e non avevo l’obbligo di seguire le normali lezioni, decisi di iscrivermi a un corso di calligrafia. Imparai a distinguere i caratteri con e senza grazie, a variare la quantità di spazio tra diversi gruppi di lettere, e capii cosa rende grande la grande tipografia. Fu uno splendido viaggio tra storia e arte, ricco di sfumature che la scienza non sarebbe in grado di comprendere, e lo trovai affascinante”».

L’uomo “di mezz’età” citato nell’incipit di *Just My Type*, il best seller firmato nel 2010 da Simon Garfield per la casa editrice Profile Book di Londra, è Steve Jobs. Che non a caso, quando progettò il primo computer Apple Macintosh, dotò il software per la videoscrittura (MacWrite, sviluppato dalla società Encore Systems) di un’ampia gamma di tipi di carattere. Infatti, oltre agli ormai notissimi Times New Roman ed Helvetica, Jobs introdusse molti nuovi tipi di carattere, curandone maniacalmente la grafia (tanto che alcuni a prima vista potevano sembrare manoscritti) e la denominazione (ispirata alle sue città preferite: Chicago, Los Angeles, Toronto, Venice). Ma soprattutto volle dotare il software per il disegno (MacPaint, sviluppato da Bill Atkinson) di un sistema coordinato di icone simboliche (dal “secchiello” per il riempimento delle superfici al “lasso” per la selezione di aree di forma libera), lanciando una forma di comunicazione visiva tanto innovativa quanto tradizionale, perché capace d’inserirsi senza strappi in un percorso millenario che aveva preso le mosse dai pittogrammi parietali delle grotte di Lascaux, era passato dai capilettera dei codici minati medievali oltre che dalle tarsie marmoree del sacello del Santo Sepolcro di Firenze ed era approdato alle placche in alluminio anodizzato montate sulle sonde Pioneer 10 e Pioneer 11.

L’idea di Jobs ha segnato l’inizio di un’autenti-

ca rivoluzione del nostro rapporto quotidiano con i tipi di carattere e con le icone simboliche perché, da quel momento in poi, le definizioni “tipo di carattere” e “icona simbolica” non sono stati più appannaggio esclusivo dei laboratori tipografici e delle redazioni editoriali, ma sono entrate a far parte integrante del lessico quotidiano di ogni utente di computer. Rendendo accessibili molte attività che fino a quel momento erano state inaccessibili ai più. Tanto che Jobs lanciò l’acronimo WYSIWYG (*What You See Is What You Get*), rimarcando che con l’Apple Macintosh, per la prima volta nella storia della grafica, il progetto poteva anticipare la resa dell’opera finale, in quanto le immagini stampate erano identiche a quelle visualizzate sullo schermo del computer. Tuttavia, se è innegabile che alla disponibilità dei tipi di carattere e delle icone simboliche è corrisposta una democratizzazione della creatività, è altrettanto innegabile che a quest’ultima non è corrisposto un miglioramento figurativo del paesaggio urbano. Quantomeno in Italia, visto che la qualità delle insegne aziendali, delle locandine politiche e dei manifesti pubblicitari è spesso inadeguata alla nostra grande tradizione grafica. Forse perché si tende a confondere il mezzo con il fine? In effetti, mentre un tempo il livello culturale dei grafici (che erano pochi e selezionati) era di gran lunga superiore rispetto alle possibilità tecniche, oggi, proprio in conseguenza dell’avvento dei personal computer, il livello culturale di chi si qualifica come grafico (talora solo perché depositario della licenza di un software all’uopo dedicato) è di gran lunga inferiore rispetto alle possibilità tecniche. O forse sussistono altre cause, magari riferibili alla crisi dei valori? In effetti la società contemporanea ha bandito la raffinatezza compositiva dalla quotidianità, condannando le “lettere prime” (ovvero i tipi di carattere più sofisticati) alla solitudine delle riviste di settore e degli studi professionali. XY, con questo numero, si propone di cercare una qualche risposta a questi interrogativi. Ma non solo. Questo numero di XY, infatti, si propone anche di rivendicare il ruolo centrale svolto da un tipo di carattere nella costruzione identitaria. Sia che si tratti di un movimento culturale sia che si tratti di un ambito territo-

it is equally undeniable that the latter does not correspond to a figurative improvement in the urban landscape. At least in Italy, as the quality of corporate signs, political posters and advertising posters is often inadequate to our great graphic tradition. Perhaps because we tend to confuse the means with the end? In fact, while once the cultural level of graphic artists (which were few and carefully selected) was far higher than the available technologies, today, precisely as a result of the advent of personal computers, the cultural level of those who qualify as graphic artists (sometimes only because they have the license of a software dedicated to this purpose) is much lower than the available technologies. Or maybe there are other causes, which can be traced back to the crisis of values? In fact contemporary society has banned compositional refinement from everyday life, condemning the “first letters” (that is, the most sophisticated font types) to the solitude of specialist journals and professional studies. In this edition, *XY* proposes to look for some answers to these questions. But, that is not all. This edition of *XY*, in fact, also proposes to assert the central role played by font type in the construction of identity. Whether it is a cultural movement or a territorial area. Just as Leon Battista Alberti, Francesco di Giorgio Martini and Luca Pacioli taught us. And so did the Umbria Region when, on the occasion of Expo Milano 2015, it presented itself to the world by invading the rotating space made available by the Italian Pavilion with an obsessive multiplication of “Monk” lettering: a new type of *sans serif* font aimed at communicating the identity of the green heart of Italy, combining tradition and innovation. “Monk”, in fact, was designed as a traditional font type, because it was designed by hybridising the roundness of the Carolina script, used in Benedictine *scriptoria*, with the angularity typical of the Gothic script, used in the Franciscan *scriptoria*. But “Monk” was also conceived as an innovative font type, because it was chosen as a design object made with the most advanced tools such as laser cutting machines and 3D printers. Completely removing any remaining boundary between two-dimensional and three-dimensional communication: the dream most dreamed of by the great designers of all time.

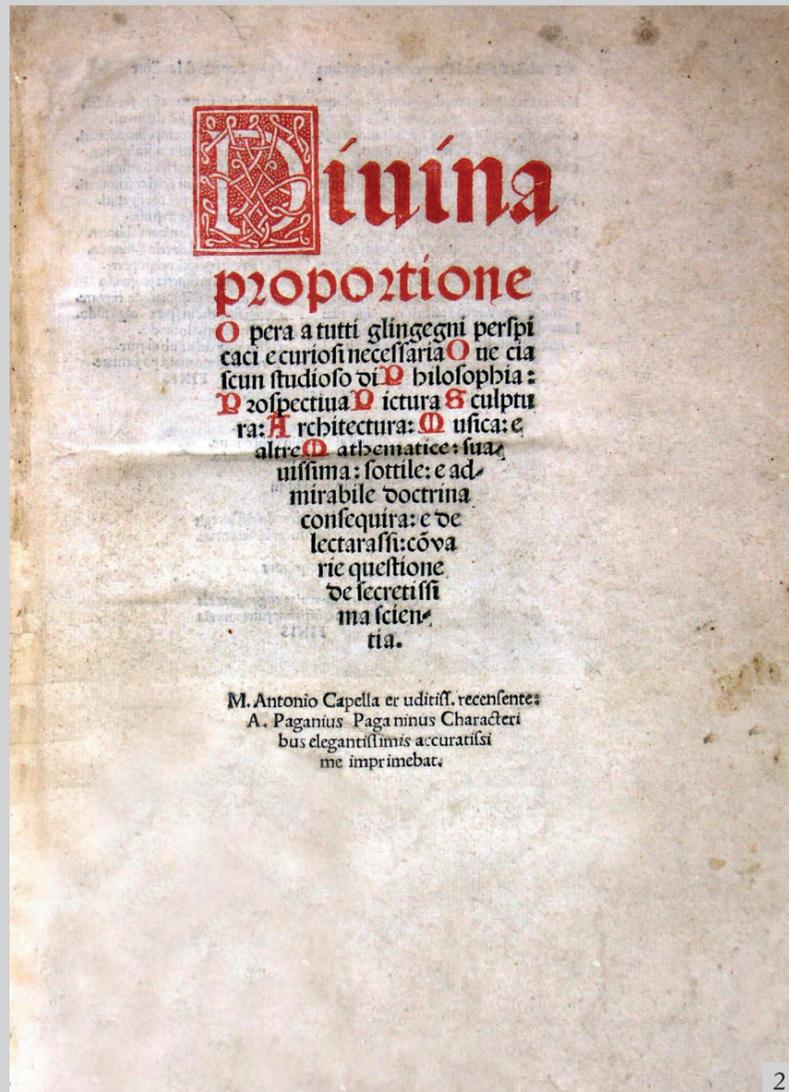


Figure 2
Divina Proportione (Luca Pacioli, 1509), title page. *Ente Raccolta Vinciana*. Castello Sforzesco. [visited July 19, 2018]. Available at: <https://raccoltavinciana.milanocastello.it/it/content/frate-luca-pacioli-divina-proportione>.

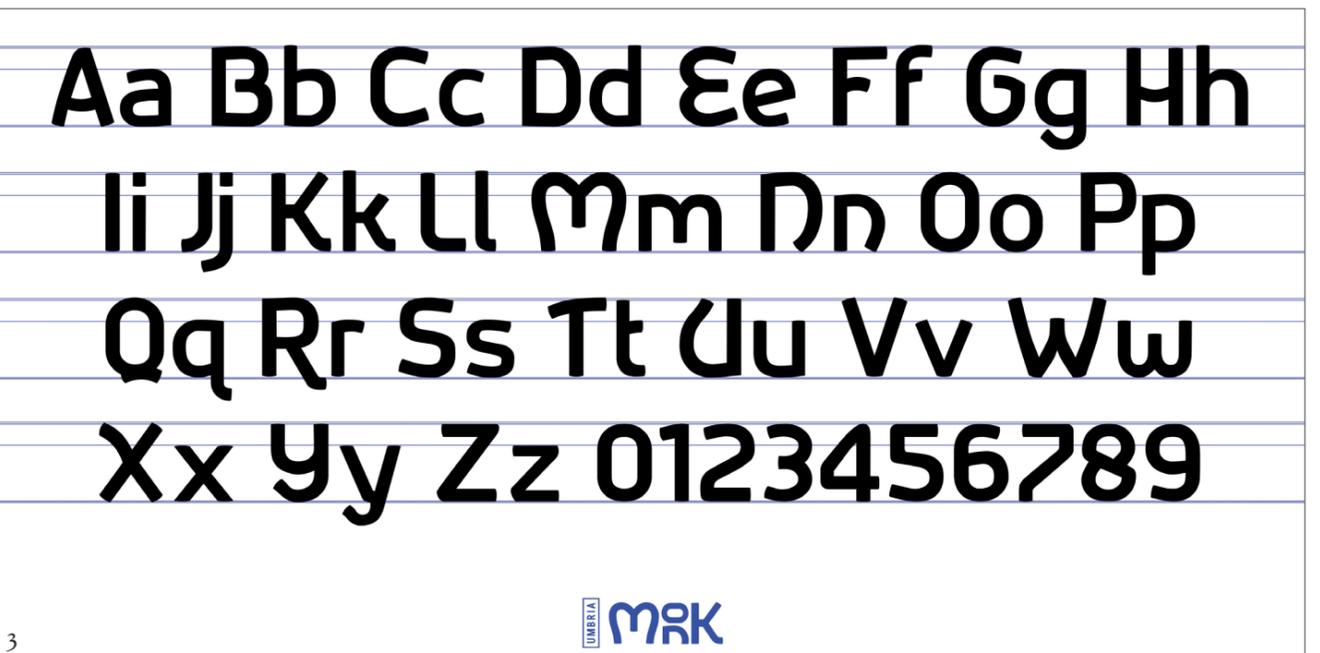
Figure 3
Font Monk (Accademia di Belle Arti “Pietro Vannucci” di Perugia, 2015), uppercase and lowercase letters. © Accademia di Belle Arti “Pietro Vannucci” di Perugia.

Figura 2
Divina Proportione (Luca Pacioli, 1509), frontespizio. *Ente Raccolta Vinciana*. Castello Sforzesco. [visitato 19 luglio 2018]. Disponibile da: <https://raccoltavinciana.milanocastello.it/it/content/frate-luca-pacioli-divina-proportione>.

Figura 3
Font Monk (Accademia di Belle Arti “Pietro Vannucci” di Perugia, 2015), lettere maiuscole e minuscole. © Accademia di Belle Arti “Pietro Vannucci” di Perugia.

riale. Così come ci hanno insegnato Leon Battista Alberti, Francesco di Giorgio Martini e Luca Pacioli. E così come ha fatto la Regione Umbria quando, in occasione di Expo Milano 2015, si è presentata al mondo invadendo lo spazio a rotazione messo a disposizione dal Padiglione Italia con una moltiplicazione ossessiva di lettere “Monk”: un nuovo tipo di carattere *sans serif* volto a comunicare l’identità del cuore verde d’Italia coniugando tradizione e innovazione. “Monk”, infatti, è stato concepito come tipo di carattere tradizionale, perché è stato disegnato ibridando le roton-

dità proprie della scrittura carolina, utilizzata negli *scriptoria* benedettini, con le spigolosità proprie della scrittura gotica, utilizzata negli *scriptoria* francescani. Ma “Monk” è stato concepito anche come tipo di carattere innovativo, perché è stato eletto a oggetto di design realizzato con strumentazioni tra le più avanzate quali le macchine da taglio laser e le stampanti 3D. Annullando definitivamente ogni residuo confine tra comunicazione bidimensionale e comunicazione tridimensionale: il sogno più sognato dai grandi disegnatori di ogni tempo.



3