



ALBE STEINER



POLITECNICO
MILANO 1863

Politecnico di Milano - Facoltà del Design
Corso di Laurea Triennale in *Design della Comunicazione*
AA 2015/2016 - C2

Laboratorio di Fondamenti del Progetto

Docenti

Professoressa **Cristina Boeri**
Professoressa **Raffaella Bruno**
Professoressa **Daniela Calabi**

Cultori della materia

Dottoressa **Margherita Facca**
Dottoressa **Lia Prone**

La redazione

Valentina **Caiola**, ha curato *L'altra metà della mela*
Carlotta **Ghiglione**, ha curato *Il grafico partigiano*
Francesca **Binda**, ha curato *La parola scritta*
Margherita **Motta**, ha curato *Il disegno viene dopo*

Designverso: una collana dedicata ai designer della comunicazione immaginata come allegato alla rivista Multiverso, Università degli Studi di Udine.

L'EDITORIALE



Video della mostra "L'Albe Steiner. Grafici Partigiani"

“Il segreto di Albe era nella contentezza che metteva nel suo lavoro, divertendosi come se giocasse. Nella contentezza che cercava continuamente di trasmettere continuamente negli altri attraverso tutto ciò che faceva e diceva e con la sola sua presenza.

Un divertimento che non implicava affatto un atteggiamento di distacco, anzi egli credeva nel suo lavoro con una serietà e una passione assolute, in tutta la sua visione del mondo; la sua morale attiva, la sua passione pedagogica, il suo entusiasmo li esprimeva nel suo lavoro.”

Italo Calvino, “Il segreto di Albe Steiner”, L'Unità (Agosto 1974)

Albe Steiner (1913 - 1974) è stato una figura di riferimento per la grafica italiana degli anni cinquanta e sessanta.

Nato a Milano, dopo una giovinezza maturata sul fronte di guerra, tra partigiani del Battaglione Valdossola, e all'interno del PCI, Steiner è diventato uno dei più efficaci rappresentanti della fondamentale idea estetica di quegli anni: tutto ha potere di comunicare.

Che cosa?

Una mentalità, un'intenzione, un senso che si coniugavano con il costante desiderio di Albe di trasformare la società.

“Il grafico di fronte al pubblico ha una grande responsabilità, può influire negativamente sullo sviluppo culturale della gente” (Albe Steiner)

Albe imbocca la strada del successo nel campo della grafica all'indomani della Liberazione, in particolar modo a Milano. La battaglia per il rinnovamento politico, iniziata con la Resistenza, comincia a coesistere con quella intrapresa per il rinnovamento sociale e dell'industria. Si occupa infatti sia di immagine coordina per importanti aziende, sia di grafica editoriale per grandi case editrici italiane.

Il suo atteggiamento, felice del presente e fiducioso nel futuro, era supportato dalle amicizie e dagli affetti che lo circondavano sempre, anche sul lavoro: il sodalizio con Elio Vittorini, ad esempio, ma soprattutto l'insostituibile presenza della moglie Lica, definita da Gillo Dorfles, *un'indispensabile parcella della totalità steineriana*.

All'interno della monografia si è cercato di ripercorrere gli aspetti salienti della vita e dell'operato di Steiner, suddividendoli in quattro filoni: la famiglia, la politica, l'editoria e l'industria.

La Redazione

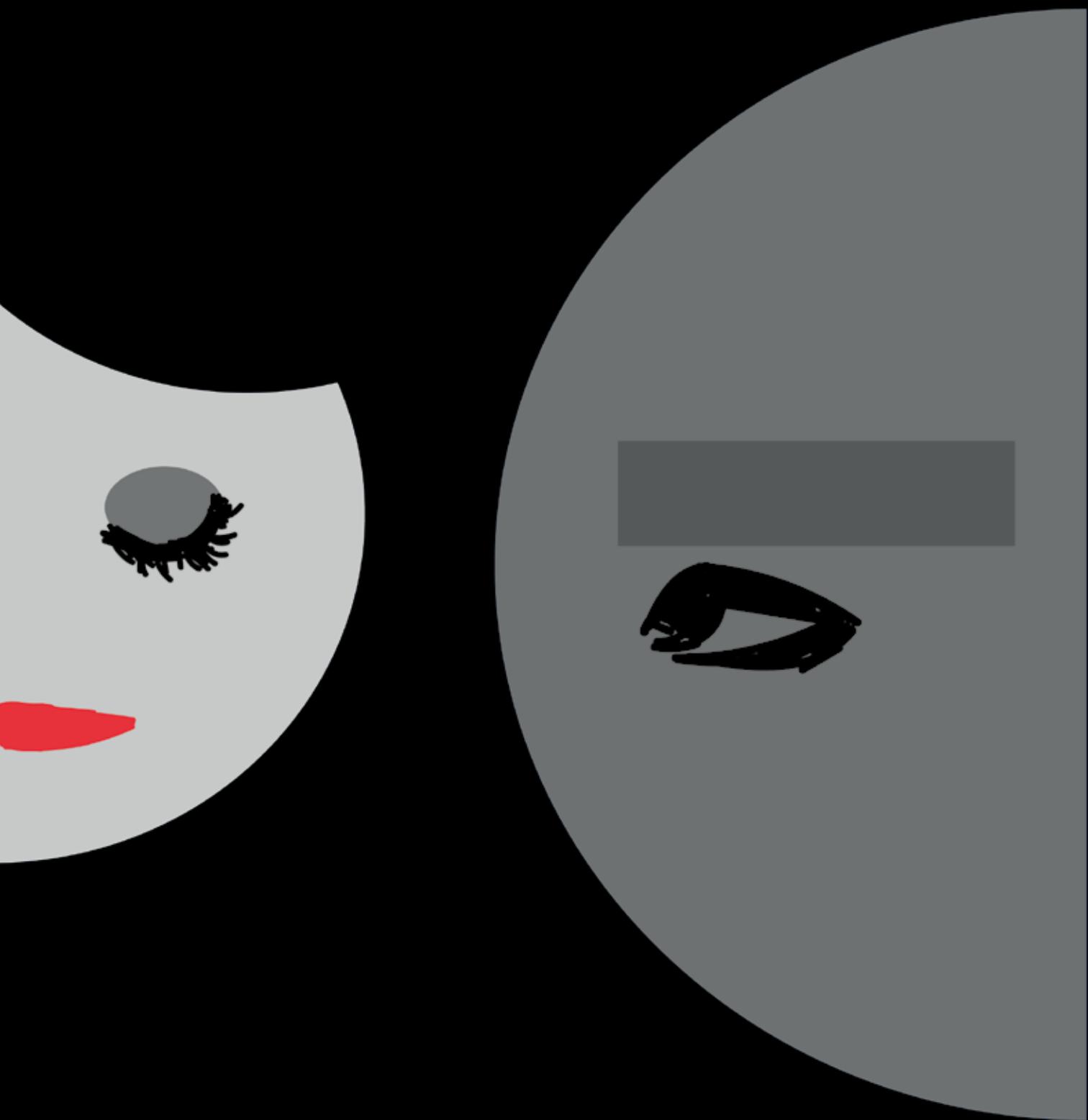
Un ringraziamento ai responsabili dell'Archivio Steiner del Politecnico di Milano per i consigli e l'assistenza durante la fase di progetto.

digitAlbe: parte di contenuti digitali.

Si consiglia di scaricare **QRCode Reader** per poterne usufruire.



Canale Youtube di Designverso



L'ALTRA **METÀ**
DELLA MELA

UNA SPLENDIDA AMICIZIA

Ho conosciuto Albe e Lica nel 1974, anno del mio arrivo in Italia ma li conoscevo già dai racconti di Gabriele, che aveva una grandissima stima di loro. Più tardi nelle sue memorie Mucchi chiama «una splendida amicizia» il legame cresciuto attraverso la vita tra Lica e Albe. La prima cosa che univa loro, era che vedevano il mondo nello stesso modo, erano comunisti puri, direi io. Combattevano assieme, vivevano insieme tempi di distruzione, come la guerra, e poi quegli anni di grande speranza del dopoguerra. Albe muore già nel 1974, con Lica ci incontravamo frequentemente, o per illavoro o per qualche festa. Spesso dovevo chiamarla per farmi aiutare per la seconda edizione delle memorie di Gabriele o quando dovevo ordinare le carte per il Fondo Mucchi presso il Centro APICE dell'Università di Milano. Lica aveva una memoria straordinaria ed era sempre pronta ad aiutarmi. Un'altra cosa mi viene in mente pensando a Lica:

nel 1942 Mucchi viene chiamato alle armi. «Al momento della partenza per la Sabaudia, ad accompagnarmi al treno c'erano insieme con Genni anche Albe e Lica e qualche altro amico. Abbracciandomi la Lica mi porse un libro: erano le poesie di Luis de Gongora...». (Gabriele Mucchi, *Le occasioni perdute. Memorie 1899-1993*). A Rerik sul mar Baltico durante un corso di tiro contraereo Gabriele traduce poesie d'amore di Gongora per la Lica. Furono pubblicate con dei bei disegni di Mucchi dalla casa editrice Meridiana di Milano nel 1948, con una introduzione di Sergio Salmi. Sono rimaste le sue traduzioni più riuscite, lodate dai critici della letteratura. Ho visto Lica per l'ultima volta alla festa per il suo novantesimo compleanno in casa della figlia Luisa. Le regalai un foulard che riportava dodici disegni di Gabriele, i mesi dell'anno, disegnate per il "Calendario del Popolo" nel 1947; se lo metteva attorno alle spalle dicendo: «È bellissimo».

S. MUCCHI
Un libro per Lica

Nel 1943, dopo l'8 settembre Gabriele e Genni avevano raggiunto Albe e Lica a Mergozzo in casa dei genitori di Lica.

«I tedeschi erano intanto già nella zona [...] e si erano dati a prelevare ebrei. [...] I nomi e gli indirizzi venivano forniti dagli schifosi "camerati" italiani. E qui fu tragedia in casa Steiner. Il padre di Lica era uomo mite, silenzioso e saggio, ebreo di origine spagnola, di nome Covo. In quel momento, oltre noi, c'era dai Covo una coppia, marito e moglie, parenti ebrei venuti a rifugiarsi... Noi scongiurammo il signor Covo di cercarsi un rifugio, ma lui... non volle muoversi di casa, e così pure i due anziani parenti. [...] Dovevamo al più presto, diceva, allontanarci noi, invece, Albe ed io...

I nazisti arrivarono a Mergozzo appena noi ebbero lasciato la casa. [...] Il signor Covo e i due parenti furono portati via. [...] Non se ne seppe più niente. Uccisi per strada, buttati nel lago con un sasso ai piedi, come molti altri nella "strage di Meina"...? Deportati? I Covo li cercarono per giorni. [...] Più tardi, fu trovato per terra in qualche luogo un berretto basco insieme con un paio di occhiali con le stanghe arrugginite; l'uno e gli altri lui li portava, ma non furono riconosciuti per suoi, non fu certo che appartenessero all'uomo probo, mite e buono che fu Mario Covo, il padre della Lica».

*Gabriele Mucchi, *Le occasioni perdute. Memorie 1899-1993**

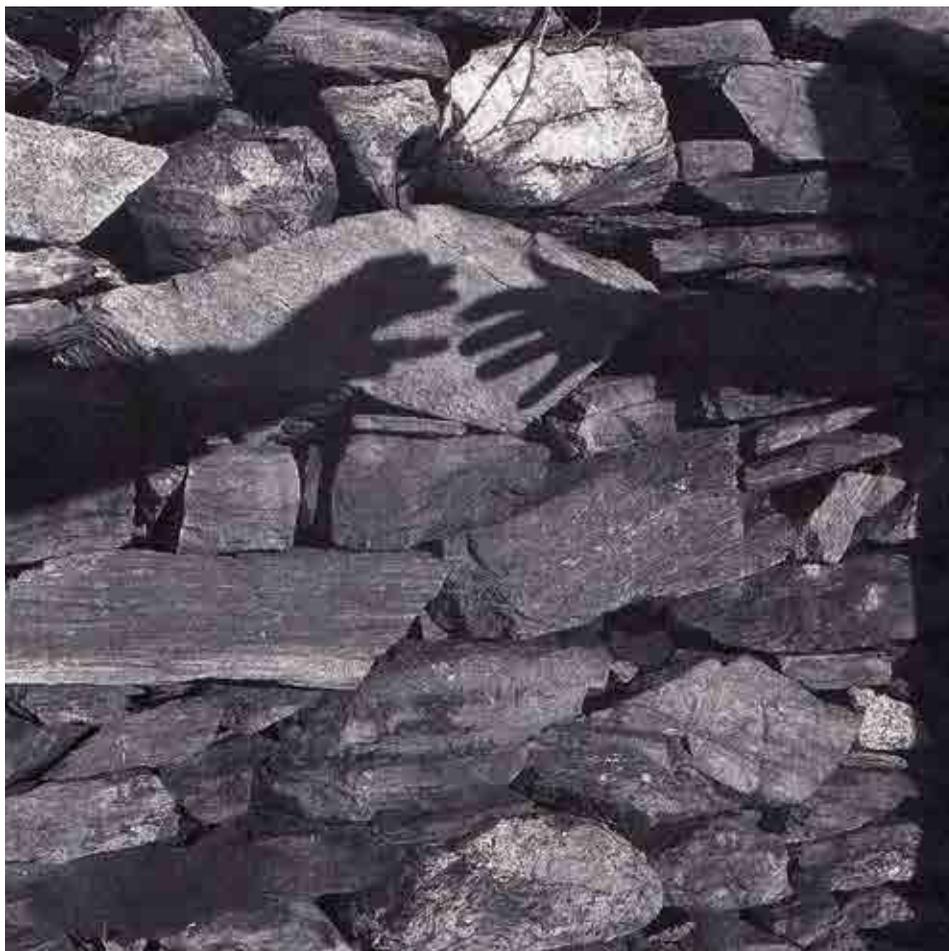
I LICALBE

Ho conosciuto Lica da ragazzino perché con Albe erano amici dei miei genitori, Juna e Giangio, fin dagli anni '30, gli anni della loro formazione, degli studi e delle scelte professionali. Facevano parte di quel gruppo di borghesia milanese intelligente, progressista, moderna, di grande impegno sociale e politico, di respiro europeo che è stata la matrice della lotta antifascista e della partecipazione alla resistenza, pagando dei prezzi altissimi alla loro intransigenza morale e politica. Un gruppo complesso e articolato in cui il legame, oltre che generazionale, era cementato dagli stessi interessi, dagli stessi legami con il mondo dell'arte, dell'architettura, della grafica, del design, degli allestimenti della Triennale, con comuni riferimenti agli insegnamenti del Movimento Moderno e della Bauhaus, in contrapposizione critica con il provincialismo della cultura dominante passatista, patriottarda, asfittica e retorica del fascismo. Ho incominciato a frequentare casa Steiner, a Milano e nella bella casa a Alergozzo, più tardi, negli anni '50, dopo che erano tornati dal Messico perché sono pressoché coetaneo di Luisa, Anna è un po' minore

di noi, e a quell'età sono cose che contano. I Licalbe erano molto legati a Giangio Banfi, architetto dello studio BRPR (Banfi, Belgioloso, Peressuti e Rogers) e a sua moglie Julia per ragioni intellettuali e politiche e quando Giangio morì nel campo di concentramento di Mauthausen come il fratello di Albe, considerarono suo figlio Giuliano una persona di famiglia soprattutto Lica che lo sentiva un po' il figlio maschio che, anche se in modo inconfessabile, avrebbe voluto avere. L'antifascismo è stato l'elemento base nel rapporto di amicizia di Lica e Albe. C'erano è vero gli interessi culturali ma il legame più forte è nato proprio dall'esser partecipi della resistenza e con comuni amici resistenti. Albe, internato a Rohrbach dopo la caduta della Repubblica dell'Ossola, fuggì dal campo di internamento per rientrare in Italia, con un abito da pastore valdese, fornitogli da Guido Rollier allora espatriato in Svizzera, e un paio di sci procurati da Max Huber grafico svizzero suo amico e collaboratore. Lica, all'epoca senza notizie di Albe, fu sempre riconoscente a Guido, a sua moglie Jaqueline, divenuti poi consuoceri, e a Max per avere aiutato Albe.

G. NANJI
Un libro per Lica

Steiner, 1942



ANNA RACCONTA

Io e Francesca del blog LovelyMilano ci siamo conosciute durante una visita guidata organizzata dall'associazione Città Nascosta Milano. Quel giorno Anna Steiner ci apriva la porta del suo studio per raccontarci appassionatamente la storia dei suoi genitori. Albe e Lica non furono solo due maestri della grafica italiana, ma seppero unire arte, design e impegno politico e sociale. La visita guidata però durò troppo poco per i nostri gusti e così qualche giorno fa siamo tornate a trovare Anna.

Anna: Cosa volete sapere?

Giornalista: Tutta la storia

Anna: I primi anni sono stati i più difficili e i più importanti anche dal punto di vista culturale, perché in quegli anni sono nati rapporti con persone con cui hanno continuato a lavorare anche dopo la fine della guerra, ad esempio con i BBPR (BBPR è l'acronimo che indica il gruppo di architetti italiani costituito nel 1932 da Gian Luigi Banfi, Lodovico Barbiano di Belgiojoso, Enrico Peressutti ed Ernesto Nathan Rogers). Banfi e Belgiojoso furono presi per delazione, questo non si dice tanto, ma sono stati presi tutti e due perché Belgiojoso non volle far andare l'amico da solo. E' sempre stato così, soprattutto nelle città. Anche mio nonno fu preso per delazione, anche se in campagna. I miei genitori mantennero i contatti con Rogers, che era ebreo, anche dopo il '38 quando fu costretto ad andare in Svizzera. Già allora, lì era presente già una scuola di grafica innovativa, mentre in Italia invece c'erano solo Bre-

ra, una scuola tipografica Bodoniana e la scuola dei salesiani che formava dei grafici, ma erano più tecnici. Non c'era una scuola di grafica formativa.

Giornalista: Anche suo padre era un autodidatta. Mentre sua madre aveva studiato.

Anna: Sì, mia mamma aveva studiato alla Scuola d'Arte Francese, che era la scuola per le signorine della buona borghesia, dove si studiava musica, arte, e lingue. Ha avuto una formazione più vicina alla professione che poi ha svolto, rispetto a mio padre che aveva fatto ragioneria.

Giornalista: Suo padre poi si impegnò molto nella formazione, forse proprio perché non l'aveva avuta.

Anna: Sì, già nel '45, sia mio padre che mia madre parteciparono come insegnanti ai Convitti Rinascita, che ospitavano gli orfani di guerra. La cosa interessante di queste scuole è che non offrivano solo una

formazione di mestiere generico, ma c'era stato un interesse da parte dei fondatori, che avevano fatto la resistenza, di ricostruire l'Italia in un modo diverso: non formavano quindi solo artigiani, ma anche persone che potessero lavorare nel mondo della comunicazione. I miei genitori chiamarono a insegnare Max Huber con Romolo Muratore e suo fratello Remo, che curò tutta la grafica del Piccolo Teatro. C'era anche Gabriele Mucchi, che era pittore, architetto e anche designer, che ha disegnato poltrone che Zanotta vende ancora oggi. Erano tutte persone che avevano lavorato insieme ed erano antifascisti.

Giornalista: C'è stato qualcuno a cui lui ha detto di no?

Anna: Tantissimi! E la cosa è continuata per molto tempo. Anni fa, mio papà non c'era più ma c'era ancora la mia mamma, ci avevano chiesto di fare propaganda per la Lega: ho detto che non era proprio possibile fare una cosa in cui, non solo non si crede, ma che si crede anche possa essere nociva.

Giornalista: E' così bello dire di no, in certi casi.

Anna: Sì, che soddisfazione! Non ho dovuto dire "Mi richiami, devo parlarne con qualcuno", ero sicura. Ci sono state altre vicende di questa natura: i miei genitori lavorarono anche per la Pirelli, ma quando mio padre si presentò nelle liste comunali del Pci, il responsabile dell'azienda, Arrigo Castellani, che era un suo caro amico, gli scrisse che non potevano più collaborare. Mio padre rispose con una lettera personale, molto lunga, dicendo "Ti rendi conto di quello che stai dicendo? Mio fratello è morto perché si potesse essere liberi senza perdere il lavoro, e quello che stai dicendo è grave, non solo per me, ma per il messaggio che mandi. È questo il nodo di una democrazia." Nel '43 ha scritto una lettera in cui difendeva la categoria dei lavoratori come lui, che non esisteva all'epoca, e Lica si occupava delle donne artiste. Questa è stata la filosofia, un bell'insegnamento anche per i

giovani di oggi che non hanno certezze ma poche garanzie, però ci sono stati periodi anche peggiori, quindi credere in qualcosa e tenere duro è fondamentale. Fare conoscere l'inizio di questo lavoro e le conquiste che sono state fatte con molto impegno è importante. Anche perché le conquiste non è detto che restino.

Giornalista: Anche per questo è nato l'Archivio Steiner.

Anna: Sì, mio padre, Albe, ha sempre detto in famiglia che non voleva che disperdessimo il materiale di lavoro, perché testimoniava lo sforzo di costruire questa disciplina, in modo che potesse essere trasmessa. Dagli appunti, dagli schizzi, si capisce il percorso fatto e si vede il valore aggiunto del lavoratore che partecipa alla nascita di un prodotto, che sia una pubblicità o design.

Giornalista: L'Archivio è stato donato al Politecnico di Milano, com'è successo?

Anna: Abbiamo valutato bene a chi donarlo, alla fine abbiamo deciso di lasciarlo al Politecnico di Milano, essendo un'università pubblica. Abbiamo chiamato la Sovrintendenza ai Beni Archivistici Regionali per un sopralluogo, e nel giro di 15 giorni è arrivata la dichiarazione di notevole valore storico. La Sovrintendenza ha mandato un architetto per informatizzare l'inventario ordinato da me con mia madre. Ci ha messo due anni e mezzo, lavorando sempre con la supervisione mia e di mamma, per necessità. L'archivio è stato donato nel 2004 e nel 2008, lo stesso giorno che è mancata la mia mamma, pensate che coincidenza, è stato istituito il bando di concorso per un posto a vita per la gestione dell'Archivio Steiner, così adesso c'è una persona presente che lo rende accessibile per gli studi, anche se con un orario a metà tempo.

Giornalista: I suoi genitori lavoravano spesso insieme?

Anna: Hanno fatto tutti i lavori insieme, separati solo in pochissimi casi. Ad esem-



Lica e Albe si fotografano a vicenda, 1946

pio, mia madre ha curato autonomamente la pagina della donna de l'Unità. Nessuno sa che il primo quotidiano in Italia che ha dedicato una pagina alle donne è statol'Unità. Io ero bambina, era il '56 o il '57 e andavo con lei in redazione. Mi piaceva da impazzire sentire le rotative, disegnare sui fogli grandissimi, e quell'atmosfera movimentata che c'era in redazione. E poi di solito insegnavano sia separatamente che, a volte, anche insieme.

Giornalista: Le loro foto insieme sono così belle da fare impallidire tutte le coppie che non hanno la stessa affinità. Che rapporto avevano suo padre e sua madre?

Anna: Quelle foto sono di un grande fotografo, Ugo Mulas, che aveva capito tutto di loro. Si vede quest'adorazione che mio padre aveva nei confronti di mia madre. Lui proprio l'adorava. Mia madre raccon-

ta bene nel documentario "Linea Rossa" di mio padre, dice "Sì, lui non era bello come io sognavo". È bello come lo racconta, lei già novantenne, ma io non mi aspettavo che dicesse una cosa del genere! Mia madre aveva tre fratelli molto belli, in particolare il maggiore, che somigliava a Clark Gable, si vede che aveva questa idea di bellezza, poi però diceva che mio padre era intrigante, ed era unico. Erano sempre insieme.

Giornalista: Come sono belle queste coppie che riescono a lavorare insieme!

Anna: Il loro, non è un caso isolato. Anche Elio Vittorini e Ginetta Varisco erano una coppia inscindibile, anche Giancarlo De Carlo e Giuliana Baracco. Forse la coppia di mia mamma e mio papà era la coppia più trasversale anche per il lavoro che facevano. Erano chiamati i Licalbe.

“ALBE ERA LA SOLA PERSONA CHE SI DICHIARAVA IN OGNI MOMENTO FELICE DI VIVERE NEL PROPRIO TEMPO”

Giornalista: Come si sono conosciuti?

Anna: Non l'ho mai capito bene. Forse in occasioni di svago nel tempo libero. Il mondo della borghesia colta non era così ampio e il circolo degli amici era quello. Però non lo so. Si sono sposati giovani, lei aveva 23 anni e mezzo e lui un anno in più. Mia madre nel documentario dice "Ci siamo sposati presto, come due bestie, perché ci siamo conosciuti poco, però avevamo deciso di stare insieme nel bene e nel male perché erano anni difficili". Mio papà raccontava che si erano sposati più per indicazione del papà della mia mamma, perché ancora non aveva un lavoro fisso e la mamma di mio padre pensava che lui non avesse niente da offrire a una signora. Invece il papà della mia mamma disse "L'importante è che tu voglia bene a mia figlia, questi che verranno saranno anni difficili e se sarete insieme sarà più facile affrontarli, che non



Leggi qui l'intervista completa

A LICA



Steiner, 1950

Io voglio dire solo poche parole autobiografiche, perché penso che la cosa migliore sia forse che racconti dei rapporti che ho avuto con tutti e due - che sono forse i più antichi, perché risalgono nientemeno che agli anni Trenta, anzi direi al '36, che è l'anno in cui io mi trasferii a Milano, quando Lica e Albe erano fidanzati. Mi ricordo che, con loro, io e mia moglie facevamo qualche gita in bicicletta nei dintorni di Milano, nell'immediata Brianza. Allora l'automobile era ancora abbastanza poco usata, quindi la bicicletta serviva a fare queste gite domenicali. Abbandonando questi ricordi infantili, già allora io avevo conosciuto soprattutto Albe, perché ero amico e conoscevo tutto un ambiente architettonico milanese - BBPR, Albini, tutti gli architetti che allora erano poco noti, Giò Ponti, Mangiarotti, facevano parte in fondo di quello che allora era l'ambiente in cui io avevo occasione di vivere. Già allora Albe era per me una specie di riferimento fondamentale per quello che riguardava il design, l'architettura, la situazione dell'Europa che era poco conosciuta. Non dimentichiamo che non solo negli anni Trenta, ma anche nell'immediato dopoguerra, quando poi ebbi maggiore possibilità di frequentarli,

negli anni Cinquanta, i rapporti dell'Italia con l'estero erano ancora molto deboli, il ventennio fascista aveva interrotto la conoscenza di quello che succedeva in Europa, e allora mi ricordo proprio che Albe mi fece vedere alcuni famosi Bauhaus Bücher, i quaderni di Bauhaus, che allora erano una specie di bibbia della grafica e dell'architettura: averli da sfogliare era già qualcosa di prestigioso. Già allora quindi con Albe e con altre persone che mano a mano arrivavano dall'estero come Max Huber o Le Corbusier, Herbert Reed, era facile affrontare questi problemi della grafica e dell'architettura che per noi erano una specie di nuovo vangelo. Forse oggi non ci rendiamo conto dell'importanza che ha avuto questa nuova primavera della cultura mitteleuropea e non solo, per dei giovani che uscivano dal ventennio fascista dove soltanto la militanza dei periodi della guerra erano positivi di fronte a tutto il negativo del fascismo precedente. Per cui, io credo che sia il modo migliore per ricordare Lica e Albe: ricordarli sia come partecipi della resistenza, sia come avanguardisti della grafica e dell'architettura, sia come due pionieri italiani in un lontano paese come il Messico.

G. DORFLES
Un libro per Lica

UNA STRAORDINARIA BELLEZZA

La morte è qualcosa di irriducibilmente singolare. È la distruzione di un individuo, di un unicum, di un corpo/mente e quindi è qualcosa di molto personale. La morte - in questo caso - è prima di tutto la sparizione di una persona che conoscevo e che mi manca. E dire anzi che “avevo la fortuna” di conoscere Lica Steiner in questo caso non è uno stereotipo bigotto: ho avuto la fortuna di conoscere la straordinaria persona che è stata Lica Steiner. E quindi sarò molto personale nel ricordarla. Forse troppo e me ne scuso per certi versi, ma non sono capace di trovare un modo più neutrale e distante, più generale e valido per tutti. In questa circostanza non riesco a fare a meno di dire “io”. D'altronde lei, da come la conosco, avrebbe bollato come smancerie qualsiasi “cocodrillo” stereotipato. Lica purtroppo non la conosco proprio da sempre; l'ho conosciuta solo nei primissimi anni '70 - credo nel 1971 - quando sono tornato dall'Algeria, dove avevo lavorato per quel paese che si era appena liberato. E subito mi annuncio ad Albe, di cui conoscevo le posizioni politiche. E vengo subito accolto direi addirittura festosamente, con quella generosità tipica degli uomini di spicco di quei tempi, potenziata dalla vicinanza delle prospettive

ideali. Mi pare di ricordare che incontrandoci siamo scoppiati a ridere perché indossavamo entrambi il bleu de chiné (la tenuta dei lavoratori universalmente diffusa nella Cina popolare, con il collo arrotondato, la giacca coi bottoni a pugno di scimmia, di un resistentissimo tessuto indaco. Insomma la “risposta” terzomondista ai jeans). Ma al fianco di un Albe Steiner affabile e affettuoso ecco, come un po' defilata, l'apparizione di Lica. Una figura schiva ma una figura abbagliante. Lo sappiamo bene, il ricordo è qualcosa di metamorfico, che si riplasma ogni volta attorno all'insieme delle esperienze anche successive, e forse una parte di questa figura che mi appare davanti agli occhi della niente oggi è dovuta al formidabile ritratto che di Lica ha fatto Roberto Sambonet. Ma mi sembra di ricordare un abito di una qualche sfumatura spenta di un colore freddo, e i capelli: rossi. Me li ricordo rossissimi. Che contornano un volto dall'epidermide chiara, e come circonfusa da un alone luminoso. Un volto con gli occhi, vorrei dire pervinca, ma non sono più del tutto sicuro... un volto sempre mobile e come percorso da un continuo trascolorare di rossori rosati e dai continui trasalimenti leggeri delle espressioni. E una autentica aureola di luminosità interiore attorno a



R. Sambonet, Ritratto di Lica, 1963

tutto il corpo minuto. E subito si è sviluppata una fluida conversazione, a tre, ma con un forte protagonismo di Lica, perché, certamente determinato da quella che Cesare Brandi avrebbe chiamato l'astanza del suo “soma”. Ma c'era soprattutto il fluire pieno di grazia della parola, del discorso, l'intrecciarsi coinvolgente della conversazione. Un fluire quieto e soffice, ma talvolta solcato da poderose e sbrigative zampate critiche, o ironiche o perfino grottesche, un fluire che costeggiava tutti i fatti della vita, culturale e sociale, liasons e mesalliances comprese, e che lei, proponendo le critiche e le osservazioni, porgeva con gli occhi bassi o con un sorriso birichino. Da allora ho pensato

che il detto «Dietro un grande uomo c'è sempre una grande donna» era molto vero, senonché nel caso di Lica e Albe stava loro addirittura un po' stretto, visto il “calibro” di Lica. La mano radicalmente pensante di Albe e la parola suadente-giudicante di Lica. Emblema di questa che era una complementarità, una complicità o addirittura una simbiosi è la firma apposta ai molti fascicoli di Storia e Tecnica della cartellonistica, il “corso per corrispondenza” editato da Accademia di Roma nel 1971. La firma è: “A. L. Steiner” - si badi bene “A. L.” e non “A. e L. Steiner”. Insomma, chi firma è l'entità Albe/Lica e non “Albe e Lica” separati.

G. DORFLES
Un libro per Lica

La loro amicizia non si consumava solo in esperienze di lavoro o intellettuali. Il rapporto si era consolidato anche attraverso gli interessi comuni, la passione per la montagna, la socialità e la buona tavola. Erano gli anni in cui si andava a sciare la domenica all'Alpe di Mera in Valsesia, chi venendo da Milano chi da Torino. I Licalbe così praticavano uno sport a loro molto caro fin da ragazzi. Una passione quella degli sport invernali tramandata e trasmessa dai loro genitori: il padre di Lica amava soprattutto pattinare sul ghiaccio quello di Albe lo sci e le escursioni. Era un modo per stare con la famiglia e gli amici, architetti soprattutto, come Vittorio Gregotti, Franco Berlanda, Euge Gentili, Luciana Nissim Momigliano e sua sorella, Franco Albinì e con i figli. Si sciava tutto il giorno poi, su suggerimento di Vittorio Gregotti che conosceva la zona, si andava a mangiare il fritto misto alla piemontese a Cameri. L'atmosfera era straordinaria, negli anni successivi molte cose sarebbero cambiate, quella voglia di cambiamento, di ricostruzione di solidarietà nata dalla resistenza.



Ripresa allo specchio: Lica, Albe e Federico Scopinich, 1941



Video tratto dal documentario "Linea Rossa" in cui Lica parla di Albe

QUEL CHE ORA MI MANCA



Steiner, fotografia di Lica.

Lica è, in assoluto, la persona con cui ho passato la maggior parte del tempo della mia vita. Pensando ai miei primi 27 anni non posso parlare e scrivere di lei senza Albe. Non solo perché erano inseparabili, ma anche perché, se, occasionalmente, interloquivano in modo individuale con me, ognuno di loro rinviava all'altro. Sono stati un riferimento univoco, per me, fino alla morte di Albe, avvenuta improvvisamente nel 1974. Dopo ho affiancato sempre Lica nella sua attività. Abbiamo proprio quotidianamente condiviso, vivendo io anche con Franco e i figli nello stesso edificio, quasi tutto il nostro tempo e il confine tra lavoro e vita privata era veramente labile. Ho riflettuto poi sul fatto che Lica ha lavorato e vissuto con Albe 36 anni, dal 1938 (anno del matrimonio) al 1974 e noi due 34, dal 1974 al 2008 e ho forse capito solo ora, a due anni dalla sua morte, con il vuoto lasciato a me, cosa deve essere stato per lei quello lasciato da Albe, allora. Quando Mauro Begozzi mi ha chiesto di scrivere un pezzo per *Un libro per Lica* ho subito pensato che avrei voluto cominciarlo

con le sue parole sulla Resistenza, il periodo della sua vita che riteneva più importante. In *Salvare la memoria* (Ed. Anabasi, 1995), libro che raccoglie interviste fatte da studenti del Liceo Allende di Milano, dice: «Mai (come in quel periodo) mi sono sentita così sostenuta da un ottimismo... dalla fiducia che il progetto di una società diversa, migliore, si potesse attuare...». Lica voleva comunicare ai ragazzi la memoria della tragedia "subita"; ma insieme quella della volontà, capacità e tenacia di saperla fronteggiare, con la convinzione di poter controbattere all'aggressione la forza della ragione, per un progetto di società e di vita tanto chiaro da poter essere attuabile, se non subito, prima o poi. Anche nell'ultima sua intervista filmata, Lica conferma: «...sono ottimista, perché dico, comunque noi siamo andati avanti, da che c'è l'uomo. Non siamo mai tornati indietro, mai. Comporta una lotta tornare indietro, già questo è molto. Il fatto di non essere mai tornati indietro non vuol dire che noi siamo andati avanti col passo giusto, capito? Però non siamo mai tornati indietro».

ANNA STEINER
Un libro per Lica

25
aprile
1945
NO al fascismo!

• occorre agire non parlare.
Questo mostro stava per governare
il mondo! I popoli lo speusero,
ma ora non cantiamo vittoria
troppo presto; il germoglio da cui
nacque è ancora fecondo.
Berthold Brecht.

**IL
GRAFICO
PARTIGIANO**

**libertà
è cultura**

LA STORIA E LA CULTURA

Steiner era profondamente convinto che, senza scuola, cioè senza solide basi storiche, culturali e scientifiche, non fosse possibile affrontare il mestiere del grafico proiettato nel futuro. Il continuo progresso tecnico-scientifico dei mezzi di stampa, le più approfondite conoscenze biofisiche della visione, la civiltà dei consumi continuamente alla ricerca del “nuovo” avevano ormai reso, secondo Albe, impossibile la formazione di autodidatti; sentiva invece sempre più la necessità di scuole adeguate ed efficienti nel preparare veri e propri tecnici consapevoli. Tutto questo è chiaramente espresso nei suoi scritti, in cui non si stanca di ribadire che non sono le “trovate” che definiscono buone le opere di un grafico, ma la paziente costruzione del lavoro secondo le leggi della visione e della tipografia. Ma la tecnica, l’inventiva, l’espressività, la capacità di sintetizzare visivamente un argomento non bastano senza una profonda conoscenza dei temi da trattare e della storia e della cultura di chi deve recepire il messaggio, perché quanto più una comunicazione è legata al mondo di chi ne deve fruire, tanto più è immediatamente assimilata.

D. MUCCHI
Intervista ad Albe Steiner



Albe mostra i lavori dei suoi studenti alla Scuola del Libro dell'Umanitaria, 1971

“GRAFICI CHE SENTANO LA
TECNICA È UN MEZZO PER
TRASMETTERE CULTURA”

IL RUOLO SOCIALE DELL'ARTE

L'ANTIFASCISMO IDEOLOGICO
E L'AMICIZIA CON L'ARTISTA
GABRIELE MUCCHI

Nel 1939 — ricorda Mucchi — mi venne incontro Albe Steiner con la moglie Lica, e saranno nostri amici, lui fino alla morte, lei ancora oggi mentre scrivo. L'uno e l'altra erano circa quindici anni più giovani di me. La simpatia reciproca, e l'intesa stabilita su molti punti della nostra vita e dei nostri interessi culturali, l'antifascismo subito dichiarato, fornirono il terreno sul quale nacque e diventò forte il legame mio e di Genni con loro. Albe e io formammo presto un duo che nei vivaci incontri tra artisti sapeva prendere convinto partito contro le trovate formalistiche, contro i manierismi che si andavano diffondendo in quegli anni specialmente nel lavoro degli architetti della generazione seguita a quella dei razionalisti. Parlavamo, io e lui, di 'lavoro fatto a mano', intendendo la semplicità e la razionalità di un saggio e cosciente operare 'artigianale' contro le eccentricità e gli esibizionismi degli architetti professionisti e carrieristi. Albe sosteneva l'arte astratta, e ne aveva tentato diverse esperienze, soprattutto attraverso la fotografia, della quale era valente artefice. Si era dato alla grafica attraverso lo studio della composizione grafica classica, diventando un forte pubblicitario, cartellonista, inventore d'oggetti, impaginatore geniale di fogli stampati



Albe Steiner, propaganda per la Festa dell'Unità, 1963 e 1974

presto noto in tutta Italia, facendo una scelta verso linguaggi atti a comunicare con la gente. Albe sosteneva cessata la funzione sociale della pittura di quadri, essendo essa destinata nelle sue espressioni più comuni. Noi pittori avremmo dovuto darci a qualche cosa d'altro, di popolare, passibile di una grande diffusione... attraverso manifesti, diceva Albe. Era una idea quanto mai suggestiva, ma i manifesti costavano, necessitavano un editore, non hanno acquirenti, e allora i quadri sono destinati a rimanere 'pezzi unici', da offrire a compratori privilegiati. Fu cosa naturale che l'opera di un 'pubblicitario', costituita di elementi intrinsecamente indirizzati verso la propaganda, dovesse alla fine essere richiesta dalle organizzazioni di un partito politico battagliero come il PCI molto più che l'opera di altri artisti. Però nessuno degli altri 'pubblicitari comunisti' ha dato alla causa del partito e della classe operaia tanto quanto diede

Steiner in quegli anni. Era sempre disponibile, ma anche pieno di altri impegni, anche stanco, anche malato. Lavorava per gli industriali, si faceva pagare bene e poi poteva regalare idee e tempo a una infinità di studi, di progetti, di sedute, di discussioni con i compagni che chiedevano la sua collaborazione per l'editoria del partito o per la propaganda di una 'Festa dell'Unità' o per una campagna elettorale. Con Albe ogni volta sono problemi intellettuali o morali da discutere. Lui si muove con lo spirito, si agita, si accusa, si difende, ed è proprio quello che piace a me: è giovane. Non parla mai di interessi, non guarda mai quello che fanno gli altri. E la Lica è umanamente così viva.

M. ZANANTONI
Albe Steiner. Cambiare il libro per
cambiare il mondo

IL GRAFICO PARTIGIANO

CON SUPERTI
IN VALDOSSOLA

Gli elementi che componevano la formazione - lo scrive Steiner in un rapporto al Partito comunista - "sono operai giovanissimi dei quali il 90% è tendenzialmente comunista". La formazione partigiana organizzata da Superti comprendeva varie tendenze politiche e molti componenti della sua Divisione testimoniavano una sostanziale libertà di espressione: "I miei rapporti con lui (Superti) - scrive "Aldo" alias Albe - sono cordiali, mi lascia completa libertà d'azione e di pensiero in tutti i sensi, non ha mai ostacolato la mia opera di propaganda, biasimando solo i compagni che distribuivano clandestinamente la stampa della formazione e ha criticato qualche volta certi articoli che gli parevano troppo settari...". Tra gennaio e febbraio del '44 si erano susseguiti gli scontri nelle zone dell'Ossola. Albe era sempre presente. Appena possibile, con tutte le difficoltà di quei momenti si recava a Milano per tenere i contatti con altri antifascisti. Tra combattimenti, imboscate, uccisioni di amici e compagni, Albe, tra la primavera e

l'estate, redigeva rapporti circostanziati per il P.C.I. sulla consistenza della Divisione, difficoltà, armamenti, spostamenti nelle varie zone di guerra. Non aveva abbandonato però il suo lavoro di grafico: disegna la carta da lettere della sua formazione partigiana, cura la grafica di volantini, bollettini quotidiani, periodici clandestini. Ma è con la battaglia dell'Ossola, quella che si prepara tra agosto e settembre del '44 che Steiner, come tutti quelli che vi partecipano, viveva la sua esperienza più forte e, di seguito, drammatica. Nell'agosto del '44 fascisti e tedeschi sentono la minaccia intorno a Domodossola, una zona strategica e interessante per gli alleati. Ai primi di Settembre si era sparso il proclama di Superti: "E' tempo ormai di rispondere occhio per occhio, dente per dente. Valligiani! Per la libertà d'Italia, per la vostra libertà, a prezzo se occorre della nostra vita, vogliamo cacciare dalla valle i tedeschi e i fascisti... Insorgete, seguitemi, aiutatevi e avrete finalmente la giustizia e la pace". Dal 10 settembre al 23 ottobre 1944 per l'Ossola, proclamata "zona libera", si avveravano quelli che sa-

“RESISTEMMO ACCANITAMENTE
MA SENZA ARMI,
SENZA VIVERI,
LACERI E STANCHI”

ranno definiti i "quaranta giorni di libertà". "Ogni divisione - ricorda Giorgio Bocca, allora comandante partigiano nella zona di Cuneo - ha il suo servizio informazioni. Il migliore è quello della Valdossola. Se ne occupa Albe Steiner, molto seriamente, anche se i comandanti delle brigate ci credono poco. Ma Albe lascia dire e lavora con metodo. Quasi ogni sera ha un incontro con gli informatori, nella terra di nessuno, dopo Megrozzo. Lui va con la sua Topolino, poi prosegue a piedi fino ad un cascinale dove si danno convegno gli informatori, uomini e donne. Albe li interroga uno per uno, poi li mette a confronto." Lo smacco subito dai fascisti e tedeschi era grande e una libera Repubblica di quel tipo, in quella zona, andava distrutta al più presto. Con gli Alleati la collaborazione non era molto funzionale anche perché consideravano la nuova Repubblica troppo egemonizzata dai comunisti e alla fine di settembre si iniziava a percepire il riorganizzarsi del nemico. Tra il 9 e il 10 ottobre iniziava l'attacco. La sorpresa, l'impreparazione, la rinnovate

divisioni tra comandi partigiani determinavano l'impossibilità di qualunque resistenza. Il 13 la Repubblica era in agonia. In Domodossola ormai non c'era più nessuno. "Resistemmo accanitamente - racconta Albe - ma senza armi, senza viveri, laceri e stanchi non riuscimmo a tenere e dopo nove giorni di combattimenti per la difesa delle nostre famiglie e delle nostre case, fummo costretti a ritirarci per non essere distrutti. 500 uomini morirono, molti di più furono presi." Con gli Alleati la collaborazione non era molto funzionale anche perché consideravano la nuova Repubblica troppo egemonizzata dai comunisti e alla fine di settembre si iniziava a percepire il riorganizzarsi del nemico.

M. ZANANTONI
Albe Steiner. Cambiare il libro per
cambiare il mondo

UNA NUOVA CULTURA

IL PRIMO NUMERO DELLA RIVISTA
“IL POLITECNICO”

Non più una cultura che consoli nelle sofferenze, ma una cultura che protegga dalle sofferenze, che le combatta e le elimini. Per un pezzo sarà difficile dire se qualcuno o qualcosa abbia vinto in questa guerra. Ma certo vi è tanto che ha perduto, e che si vede come abbia perduto. I morti, se li contiamo, sono più di bambini che di soldati: le macerie sono di città che avevano venticinque secoli di vita: di case e di biblioteche, di monumenti, di cattedrali, di tutte le forme per le quali è passato il progresso civile dell'uomo: e i campi su cui si è sparso più sangue si chiamano Mathausen, Maidaneck, Buchenwald, Dachau. Di chi è la sconfitta più grave in tutto questo che è accaduto? Vi era bene qualcosa che, attraverso i secoli, ci aveva insegnato a considerare sacra l'esistenza dei bambini. Anche ad ogni conquista civile dell'uomo ci aveva insegnato che era sacra; lo stesso del pane; lo stesso del lavoro.

E se ora milioni di bambini sono stati uccisi, se tanto che era sacro è stato lo stesso colpito e distrutto, la sconfitta è anzitutto di questa “cosa” che c'insegnava l'invulnerabilità loro. Non è anzitutto di questa “cosa” che c'insegnava l'invulnerabilità del loro? Questa “cosa” voglio subito dirlo, non è altro che la cultura. Lei che è stata pensiero greco, ellenismo, romanesimo, cristianesimo latino, cristianesimo medioevale, umanesimo, riforma, illuminismo, liberalismo, ecc., e che oggi fa massa intorno ai nomi di Thomas Mann e Benedetto Croce, Benda, Huitzinga, Dewey, Maritain, Bernanos, e Unamuro, Lin Yutang e Santavana, Valéry, Gide e Berdiaev. Non vi è delitto commesso dal fascismo che questa cultura non avesse insegnato ad esecrare già da tempo. E se il fascismo ha avuto modo di commettere tutti i delitti che questa cultura aveva insegnato ad esecrare già da tempo, non dobbiamo chiedere proprio a questa cul-

tura come e perché il fascismo ha potuto commetterli? Dubito che un paladino di questa cultura, alla quale anche noi apparteniamo, possa darci una risposta diversa da quella che possiamo darci noi stessi; e non riconoscere con noi che l'insegnamento di questa cultura non ha avuto che scarsa, forse nessuna, influenza civile sugli uomini. Pur, ripetiamo, c'è Platone in questa cultura. E c'è Cristo. Dico: c'è Cristo. Non ha avuto che scarsa influenza Gesù Cristo? Tutt'altro. Egli molta ne ha avuta. Ma è stata influenza, la sua, e di tutta la cultura fino ad oggi, che ha generato mutamenti quasi solo nell'intelletto degli uomini, che ha generato e rigenerato dunque se stessa, e mai, o quasi mai, rigenerato, dentro alle possibilità di fare, anche l'uomo. Pensiero greco, pensiero latino, pensiero cristiano di ogni tempo, sembra non abbiano dato agli uomini che il modo di travestire e giustificare, o addirittura di rendere tecnica, la barbarie dei fatti loro. È qualità naturale della cultura di non poter influire sui fatti degli uomini? Io lo nego.

Se quasi mai (salvo in periodi isolati e oggi nell'U.R.S.S.) la cultura ha potuto influire sui fatti degli uomini dipende solo dal modo in cui la cultura si è manifestata. Essa ha predicato, ha insegnato, ha elaborato principi e valori, ha scoperto continenti e costruito macchine, ma non si è identificata con la società, non ha condotto eserciti per la società. Da che cosa la cultura trae motivo per elaborare i suoi principi e i suoi valori? Dallo spettacolo di ciò che l'uomo soffre nella società. L'uomo ha sofferto nella società, l'uomo soffre. E che cosa fa la cultura per l'uomo che soffre? Cerca di consolarlo. Per questo suo modo di consolatrice in cui si è manifestata fino ad oggi la cultura non ha potuto impedire gli orrori del fascismo. Nessuna forza sociale era “sua” in Italia o in Germania per impedire l'avvento al potere del fascismo né erano “suoi” i cannoni, gli aeroplani, i carri armati che avrebbero potuto impedire l'avventura d'Etiopia, l'intervento fascista in Spagna, l'Anschluß o il patto di Monaco. Ma di chi se non di lei stessa a colpa che le

“E CHE COSA FA LA CULTURA
PER L'UOMO CHE SOFFRE?
CERCA DI CONSOLARLO.”

“POTREMMO MAI AVERE UNA
CULTURA CHE SAPPIA PROTEGGERE
L’UOMO DALLE SOFFERENZE INVECE
DI LIMITARSI A CONSOLARLO?”

forze sociali non siano forze della cultura, e i cannoni, gli aeroplani, i carri armati non siano “suoi? La società non è cultura perché la cultura non è società. E la cultura non è società perché ha in sé l’eterna rinuncia del “dare a Cesare” e perché i suoi principi sono soltanto consolatori, perché non sono tempestivamente rinnovatori ed efficacemente attuali, viventi con la società stessa come la società stessa vive. Porremo mai avere una cultura che sappia proteggere l’uomo dalle sofferenze invece di limitarsi a consolarlo? Una cultura che le impedisca, che la scongiuri, che aiuti a eliminare lo sfruttamento e la schiavitù, e a vincere il bisogno, questa è la cultura in cui occorre che si trasformi tutta la vecchia

cultura. La cultura italiana è stata particolarmente provata nelle sue illusioni. Non vi è forse nessuno in Italia che ignori che cosa significhi la mortificazione dell’impotenza o un astratto furore. Continueremo, ciò malgrado, a seguire la strada che ancora oggi ci indicano i Thomas Mann e i Benedetto Croce?

Io mi rivolgo a tutti gli intellettuali italiani che hanno conosciuto il fascismo. Non ai marxisti soltanto, ma anche agli idealisti, anche ai cattolici, anche ai mistici; vi sono ragioni dell’idealismo o del cattolicesimo che si oppongono alla trasformazione della cultura in una cultura capace di lottare contro la fame e le sofferenze? Occuparsi del pane e del lavoro è ancora occuparsi dell’anima.

E. VITTORINI
Il Politecnico n°1

PENSARE IN UN'ITALIA LIBERA

IL SODALIZIO VITTORINI - STEINER

È la sera del 12 febbraio 1966 sui Navigli a Milano, il pavé di via Gorizia lambisce la Darsena, ancora un porto commerciale di chiatte e gru. Al civico 22 un uomo è morto e un amico non vuole dimenticarlo. Lo vuole ricordare così bene che non una ma due volte lo ritrae di profilo composto immobile nel letto. Alle 21,45, quando è appena spirato, e poi alle 23. A penna, in entrambi gli schizzi, in poche linee traccia le lenzuola rincalzate, i baffi e i capelli che sarebbero bianchi ma che l'inchiostro ritinge di nero. Il viso che spunta dal cuscino è magro e severo, il sopracciglio piccato. "Elio Vittorini è morto a Milano in viale Gorizia alle 21 e 45 del 12 febbraio 1966" scrive Albe Steiner sotto il primo disegno. Con lo sguardo essenziale del grafico, cinquant'anni fa fermava in queste due istantanee inedite l'ultima espressione di un grande del Novecento italiano. Si erano conosciuti da partigiani nel '43 e non si erano più lasciati.

«Avevo diciott'anni e mezzo quel 12 febbraio ed Elio, che per tutta la vita avevo avuto vicino, fu la prima persona che vidi mancare» ricorda oggi Anna Steiner, nata nel '47, figlia di Albe e Lica. All'indomani della ricorrenza, la memoria degli ultimi anni di Vittorini è affidata soprattutto a lei. Anna ripercorre gli anni dell'incontro tra i suoi e Vittorini: «Per la verità nel '43 fu Lica, rimasta a fare la staffetta in città, a frequentare per prima Elio». Vittorini era già il famoso scrittore di Conversazione in Sicilia. Fascista pentito invisato al regime entra nell'orbita del Pci (mentre gli Steiner al partito erano iscritti già dal '40). Fu un'entrata a gamba tesa. Una lettera di due pagine datata 14 dicembre 1946, inviata da Vittorini al "carissimo Albe" che si trova in Messico, racconta ancora una volta la polemica nata sulle pagine de Il Politecnico. Vittorini è il direttore della rivista uscita il 29 settembre del '45, Albe

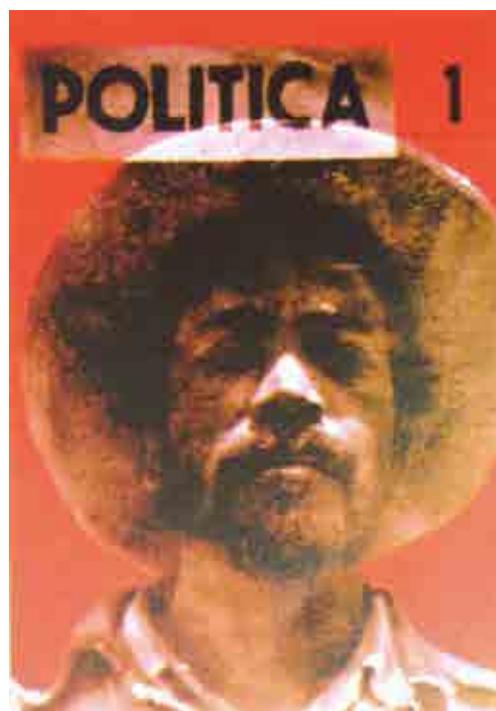


Elio Vittorini, foto di Albe Steiner, 1950

Steiner è l'architetto di un'impostazione all'avanguardia in Italia, dove le immagini hanno un ruolo di primo piano. Collaborano tutti i migliori scrittori italiani, si traducono Brecht e Majakovskij. Scrive all'amico il gongolante Vittorini che del Politecnico "...se ne discute in tutta la stampa in ogni numero che esce e in questo momento ho una polemica sul problema dei rapporti tra politica e cultura in cui è intervenuto Togliatti con una lunga lettera". La contesa, nata attorno al primato della cultura sulla politica sostenuto da Vittorini, finirà male. La rivista, in difficoltà economiche, chiuderà nel '47, e Vittorini risponderà a Togliatti di non voler suonare il piffero della rivoluzione. La seconda parte della lettera è invece solo per l'amico Albe: "Non ti ho detto, invece, che molto spesso, la sera, ci mancate tu e la Lica, e che il tuo ottimismo era per me come un buon cuscino...". La vicinanza tra gli Steiner e Vittorini, che al suo fianco dopo l'annullamento delle prime nozze con Rosa Quasimodo, sorella del poeta, ha Ginetta Varisco, diventa totale nel '49, da vicini di casa.

«Due portoni quasi contigui vicino al Parco Sempione, noi in corso Sempione e Ginetta ed Elio in via Canova: avevamo le chiavi di casa gli uni degli altri». Gli Steiner, sempre e ancora comunisti. Vittorini, sempre e ancora polemico. Al Pci lo scrittore riserva l'ennesimo sgarbo. È il giugno 1950, con una lettera indirizzata ai cinque giurati del Premio Internazionale della Pace, fa sapere di non voler accettare il riconoscimento per il suo Uomini e no, che considera il suo romanzo "meno valido" perché "più funzionale". Il documento è noto, non è noto che Vittorini lo inviò in segreto anche a Steiner. «Condividevano davvero tutto. E sì, c'erano litte aspre, soprattutto con mia madre. Ma in qualche modo, la coerenza oltranzista di Elio, che poi era un tratto comune di quella generazione, veniva riconosciuta come una voce critica vera, non era quella di un anticomunismo opportunistico».

REPUBBLICA
Omaggio a Elio Vittorini



Albe Steiner, studi per la rivista messicana di cultura "Politica", 1947

TRA MILANO E CITTA DEL MESSICO

Le mie esperienze con il Taller de Grafica Popular dal 1946 al 1948, mi hanno convinto che non è possibile realizzare, come taluni possono ancora, né un "Bauhaus" italiano, né un TGP italiano, perché le condizioni storiche e ambientali sono completamente diverse, perché le nostre esigenze, le nostre tradizioni, sono completamente diverse. Dal 1949 a Milano ho dato tutta la mia esperienza alla Cooperativa Rinascita, ed oggi penso che se anche i nostri artisti migliori, come nel caso del Messico, dessero a questa cooperativa la loro attività con meno egoismo personale si sarebbe tutti assai più avanti. Io lavoro ora in tipografia tutte le mattine da molto presto fino alle tre per finire al più tardi in agosto. Nel pomeriggio all'ambasciata quasi sempre per fare il "Notizie Italiane", il venerdì sera le riunioni della ARDI, due volte circa al mese riunioni di interscambio culturale Mex-Ital. Ora devo fare un corso di lezioni sulla tecnica dei cartelli pubblicitari, la storia dell'alfabeto, la nuova tipografia da un punto di vista nostro, alla Università Operaia di qui. In questo tempo abbiamo realizzato tre numeri della rivista "Construyamos Escuelas", tre numeri della rivista "Politica", undici numeri del "Notizie italiane"; un numero di "Italia Nueva".

A. STEINER

LO STILE, L'ARTISTA E IL MONDO

INTERVISTA AD ALBE STEINER

Dario Mucchi: Qual è, dal suo punto di vista, la relazione che intercorre tra propaganda e pubblicità e come ha influito sul suo operato?

Albe Steiner: Propaganda non è sinonimo di pubblicità: essa tende infatti a modificare un certo atteggiamento mentale, una certa idea corrente nei confronti di una qualsiasi merce, prima ancora di indurre all'acquisto di un prodotto di una determinata marca. In questi casi la propaganda precede la pubblicità, l'affianca. Tuttavia la propaganda riguarda soprattutto argomenti di carattere culturale, sociale o politico, piuttosto che questioni di carattere commerciale. La pubblicità, invece, è figlia della concorrenza: essa è nata nel momento in cui l'offerta di un bene di consumo ha superato la richiesta e, come giustamente è stato detto, è "l'anima del commercio". La propaganda ha avuto un enorme sviluppo con l'espandersi

della democrazia, perché tende a conquistare il consenso dell'opinione pubblica. Strettamente collegato con lo sviluppo della democrazia è anche il vertiginoso aumento della quantità di informazioni messa a disposizione dell'uomo moderno. Di queste informazioni più o meno manipolate, la pubblicità e la propaganda si servono spesso per i loro fini: non a caso coloro che promuovono una campagna propagandistica o pubblicitaria sono stati definiti "persuasori occulti". Sono infatti un'importante strumento ideologico in mano all'industria, per creare nelle classi sottomesse falsi bisogni, insieme con l'illusione di poter modificare la propria condizione di sfruttamento attraverso un fragile benessere.

DM: Quali si possono dunque definire i compiti della propaganda e quali quelli della pubblicità?

AS: Per quanto riguarda la grafica, il mio mestiere, non posso dire di credere molto nella pubblicità come valore assoluto nel tempo, con tutte le giustificazioni che se ne danno genericamente. Ma credo alla diffusione della cultura attraverso forme di comunicazione visive e tecniche. Io non parlo ad una élite. Devo parlare ad un gran numero di consumatori. Vivo in una società industriale, e questa società industriale mi piace moltissimo. Ora va sottolineato che il compito della propaganda è altrettanto sottile di quello della pubblicità ma in qualche modo, forse, più difficile, perché più palese. La pubblicità, infatti, può basarsi sull'impressione, può limitarsi a colpire l'immaginazione mentre la propaganda deve indurre alla riflessione, al ragionamento, suscitando l'interesse per un argomento specifico, fornendo determinate informazioni e possibilmente, quando su un certo tema vi sono opinioni divergenti controbattendo in maniera diretta o in modo allusivo la propaganda avversaria. Bisogna che il messaggio sia sintetico, che provochi delle reazioni emotive, che incida nella memoria, che stabilisca tra il messaggio e l'uomo una relazione nuova. Il testo, che in questo caso è importante, deve integrare l'immagine, e i due elementi devono essere armonicamente fusi.

DM: Analizzando la civiltà industriale, si assiste all'ancrescita della classe operaia, che presenta le sue esigenze di propaganda e di diffusione del messaggio rivoluzionario, e una grande evoluzione nella diffusione di massa delle informazioni: come si orienta il progetto del grafico in questo contesto?

AS: Una delle forme di comunicazione visiva più usate è il manifesto ed è appunto compito del grafico capirne la natura e gli scopi, conoscerne le forme e la tecnica di realizzazione. In questi ultimi anni il livello culturale medio è salito, soprattutto grazie alla diffusione sempre più estesa e capillare di strumenti informativi di massa. I manifesti per la propaganda sociale e culturale tengono conto dello scenario culturale nel quale si inseriscono e usano generalmente un linguaggio corrispondente alle diverse situazioni; tuttavia, il cartellonista non dovrà adeguarsi al livello esistente, ma cercare, attraverso le opportunità di cui la sua opera dispone (nuove forme di comunicazione visiva, uso della fotografia e di un linguaggio attuale), di elevarlo, stimolarlo, arricchendo e ampliando il campo delle conoscenze. La differenza tra ambiente urbano e ambiente contadino non consiste soltanto nella maggiore sollecitazione di comunicazioni visive, nel traffico più sviluppato, ma anche nel diverso modo di vita, e quindi nella diversa ricettività e rapidità di percezione da parte dell'utente, perché diverse sono le condizioni sociali, ambientali, culturali e di tradizione.

DM: Quando un manifesto si può definire "ben progettato"?

AS: Un buon manifesto è il risultato di uno studio approfondito di ciò che si vuole propagandare, ma dovrà anche tenere conto di tutti i fattori (strada, luci, fretta), e quindi deve scaturire da una sintesi che non può essere raggiunta senza cultura e senza la massima libertà espressiva. Pertanto un buon cartellonista deve essere innanzitutto

una persona colta, consapevole delle condizioni della società in cui opera, capace di percepire le aspirazioni della popolazione e all'occorrenza di indirizzarle mediante messaggi visivi di immediata comprensione. Il cartellonista deve unire alla capacità di analisi una elevata capacità di sintesi e una vivace inventiva, per essere in grado di racchiudere nell'immagine e nello slogan che formano il cartellone l'informazione, la persuasione, la sollecitazione. Il manifesto non è un'arte minore; il valore è nella sua qualità artistica e solo questa lo determina.

DM: Può svelarci alcuni “trucchi del mestiere”?

AS: Nel metodo seguito da me le scelte formali risultano dalla sintesi dei due procedimenti: elaborazione del tema e ricerca formale, sempre tenendo presente il pubblico cui ci si rivolge; non dimenticando cioè che le necessità di lettura, di percezione visiva, di assimilazione dei valori formali, proprie del pubblico stesso, non sono disgiunte dalla storia, non solo dei diversi paesi, ma anche delle differenti classi sociali. Premesso che il testo eventuale del manifesto deve essere il più sintetico possibile, come più volte sottolineato, e deve essere scritto con caratteri ben leggibili a seconda del tipo e della collocazione del cartellone, bisogna successivamente elaborare il tema e realizzare, con tentativi e verifiche continue, la sua trasposizione sul piano della forma.

DM: Può svelarci alcuni “trucchi del mestiere”?

AS: Nel metodo seguito da me le scelte formali risultano dalla sintesi dei due procedi-

menti: elaborazione del tema e ricerca formale, sempre tenendo presente il pubblico cui ci si rivolge; non dimenticando cioè che le necessità di lettura, di percezione visiva, di assimilazione dei valori formali, proprie del pubblico stesso, non sono disgiunte dalla storia, non solo dei diversi paesi, ma anche delle differenti classi sociali. Premesso che il testo eventuale del manifesto deve essere il più sintetico possibile, come più volte sottolineato, e deve essere scritto con caratteri ben leggibili a seconda del tipo e della collocazione del cartellone, bisogna successivamente elaborare il tema e realizzare, con tentativi e verifiche continue, la sua trasposizione sul piano della forma.

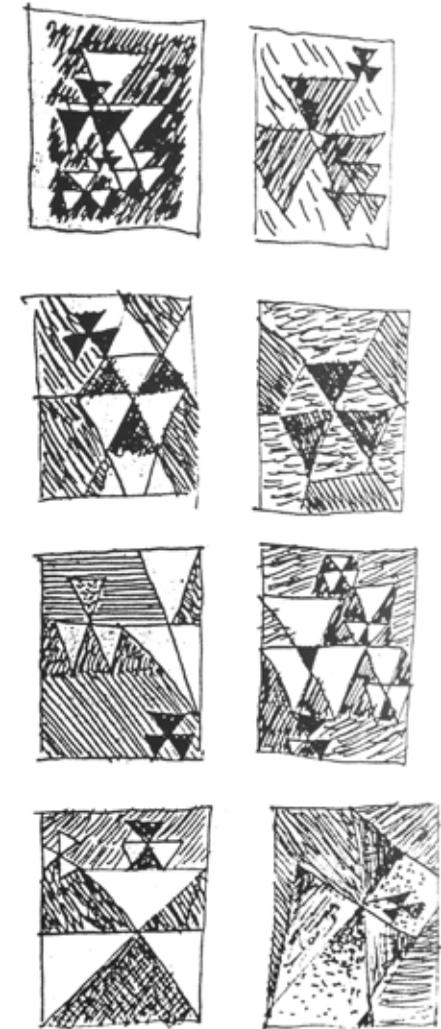
DM: Nell' elaborazione del manifesto, esiste una differenza tra la persuasione e ciò che è invece di natura sociale e culturale, cioè che spinge il soggetto alla riflessione?

AS: Nella critica alla propaganda vi sono due criteri: quello politico e quello estetico o artistico. Qual è il rapporto tra questi due criteri? La politica può identificarsi con l'arte? È certo che ogni classe, in questa società divisa in classi, ha i suoi criteri particolari, sia politici che artistici, per quanto si riferisce alla propaganda e alla cultura. Ma le classi mettono sempre il criterio politico al primo posto e quello artistico al secondo per ciò che si riferisce alla relazione tra propaganda e cultura. Per quanto mi riguarda, particolare rilievo va dato alla propaganda sociale, perché richiede da parte dell'autore un impegno maggiore, non solo di ordine formale, ma soprattutto di ordine etico.

DM: Cosa significano per lei “percezione” e “simbolo”?

AS: La percezione è la consapevolezza della sensazione, cioè un atto della mente per cui la sensazione diventa fenomeno di coscienza. Tener presente questo processo è importante per capire come le immagini non hanno valore in sé, ma per tutto quello che esse sono capaci di richiamare alla mente di chi le vede, anche solo di sfuggita. Vi sono alcune immagini che hanno racchiuso in sé nel tempo, il pensiero e l'ideologia di un intero periodo storico; un simbolo assume quindi significati diversi a seconda delle condizioni storiche nelle quali è usato. L'identificazione di un'idea in un simbolo è il risultato di una somma di elementi tradizionali. Nella tradizione di ogni popolo ci sono elementi che nel passato hanno avuto una funzione positiva e che nel presente rappresentano un freno allo sviluppo di nuove risorse materiali e di nuove idee, e ci sono elementi che non hanno avuto una funzione positiva e che nel presente rappresentano un freno allo sviluppo di nuove risorse materiali e di nuove idee, e ci sono elementi che non hanno ancora esaurito la funzione positiva che hanno esercitato nel passato. Se si tratta di propaganda sociale, credo che l'efficacia si ottenga quando la visualizzazione abbia in sé l'elemento “idea”, comprensibile e recepitibile da tutti senza equivoci.

D. MUCCHI
Intervista ad
Albe Steiner



Steiner, schizzi a china, 1945

COLORE



La parola scritta:
l'equilibrio della pagina,
l'equilibrio della forma

UN PROGETTO PER OGNI CONTENUTO



Steiner racconta

Secondo il mio parere, il maggior difetto, che oggi riscontriamo guardando quello che produce la grafica italiana, è veramente l'impressione di una forma apparentemente perfetta, ma nello stesso tempo di una non differenziazione non solo tra autori ma anche tra prodotti presentati, e questo è oggi forse il male dal quale la grafica deve guardarsi. Il contenuto, e cioè il prodotto che deve essere visualizzato, lo si scopre dopo; prima si è colpiti dai colori, dalle forme, dalle fotografie quasi sempre non attinenti, dalla disposizione del testo (oggi sempre «a bandiera», ma quasi mai seguendo il ragionamento e la logica del discorso) ed infine troveremo, anzi scopriremo di che cosa si tratta, quale è il prodotto o la propaganda che viene presentata. Certo, questo significa qualcosa: la tecnica o per meglio dire la capacità tecnica dei grafici, ha raggiunto un suo livello, ed è bene che sia così. Ora

però si tratta di non essere sopraffatti, e questo deve avvenire se non si vuole cadere in una sterilizzazione delle capacità di espressione. A mio parere si tratta di approfondire la ricerca, non soltanto attraverso le ultime «espressioni» formali, ma attraverso la nostra stessa tradizione artistica, non perdendo per strada quelli che sono i valori che hanno dato alla grafica stessa il primo avvio per acquistare una sua compiutezza. Inoltre oggi non è possibile svolgere questa attività senza tener conto di quanto si produce non soltanto nelle arti plastiche, nel cinema, in televisione, ecc., ma bisogna sapere a chi, dove, a cosa deve servire quello che si produce. A questo che potremmo definire «il rigore», vanno naturalmente aggiunti fantasia immaginazione, abbandono della «moda», per giungere ad una felice sintesi che sia un apporto sempre nuovo nella storia della comunicazione visiva. La tipografia dispone di tali

Steiner e colleghi, promozione radio "P", 1959



possibilità tecniche che grafico non ha che l'imbarazzo della scelta, ed ha quindi tutti i mezzi per poter arrivare a produrre soluzioni di grande valore artistico. Se in un primo tempo la pubblicità ha dato un impulso per la ricerca di soluzioni nuove, oggi è la diffusione del sapere che potrà portare quelle innovazioni quella chiarezza che solo una cultura che si avvalga delle nuove tecniche che la scienza mette a disposizione (non perdendo mai di vista quanto di meglio la tradizione ci ha lasciato), troverà insieme a nuove strade per portare questa espressione artistica ad alti valori. Ma per produrre bene in questo senso, bisognerà difendersi dal formalismo o dall'estetismo, perché questo non potrà che essere, a mio parere, una moda, una espressione effimera, che non lascerà trac-

ce nella ormai lunga storia della grafica. Quando dico formalismo, intendo quella quantità di «finta grafica» che vediamo tutti i giorni che, così come viene prodotta nella maggior parte dei casi, è usata indifferentemente per segnalare o pubblicizzare un frigorifero piuttosto che un medicinale o un libro. Queste sono formule anche gradevoli, ma non bastano più. Se una nuova prospettiva, assai più importante e che può dare senz'altro grandi risultati, ci sarà, deve partire dal contenuto stesso di quello che si vuole rappresentare, leggendo, studiando e sintetizzando, per potere dare una forma ed una soluzione che sia anche un contributo culturale, tenendo conto dei diversi valori che dobbiamo visualizzare. Questo sarà un apporto alla diffusione della conoscenza.

A. STEINER,
il mestiere di grafico, Einaudi

LE PRIME IDEE, I PRIMI LAVORI

COLLABORAZIONE CON EINAUDI PER LA RIVISTA POLITECNICO

La collaborazione di Albe Steiner con la Giulio Einaudi Editore si svolse a più riprese per oltre 15 anni: un periodo certamente rilevante, che si era condensato in diversi progetti grafici. Pur non essendo di fatto un grafico della Einaudi, a Steiner era stato concesso un accordo di consulenza grafica a partire dal 1 gennaio 1946 (dopo qualche mese quindi dall'inizio del lavoro per «Politecnico») con un onorario mensile di L. 13.000 per «la consulenza che via via le verrà richiesta per la Casa editrice Einaudi e le riviste da essa pubblicate». Steiner inoltre era un azionista della Casa editrice oltre che amico personale, molto stimato, di Giulio Einaudi. Il progetto grafico della rivista «Il Politecnico» e la sua impaginazione sarebbero impensabili senza l'esperienza tecnica e concettuale della fotografia. Era la realizzazione, forse ancora oggi insuperata, di quello che è stato definito il

«segno rosso» della grafica. La grafica sovietica aveva svolto una influenza decisiva sulle avanguardie continentali. Steiner ne aveva assorbito pienamente il modello. Un modello atto a soddisfare bisogni di alfabetizzazione nuovi attraverso la trasmissione di contenuti politici chiari e precisi, attraverso un linguaggio sintetico e leggibile da tutti, anche da analfabeti. Da ciò l'utilizzo fotografie immagini, di forme semplici ed essenziali, adatte a creare una lingua universale. Il lavoro, creativo e politico insieme, di Albe Steiner, dagli inizi degli anni Quaranta in poi si era stratificato attorno ad alcuni principi di fondo: «la massima semplicità e la massima leggibilità del segno, realizzata dal carattere "bastone"; lo scarsissimo uso della scrittura manoscritta o dipinta a tutto vantaggio di quella tipografica; la prevalenza dell'immagine (in senso fotografico) sullo scritto, sempre stringato ed essenziale; il

rapporto diretto tra equilibri architettonici ed equilibri di composizione tipografica; [...] più in generale l'autonomia espressiva della scrittura nella prospettiva della grafica». Steiner sintetizzava così il senso del suo «modello grafico»: La parola scritta, l'equilibrio della paginaw, l'equilibrio della forma, la ricerca di effetti particolari non solamente statici ma anche dinamici, lettere che possono diventare dei segni meravigliosi, che vivono di per sé, parole che acquistano un valore tutto particolare perché sono piccole piccole, perché sono messe in un posto e non può essere altro che quel posto, perché ha una ragione esatta di essere in uno stampato, in una carta da lettere, in un pieghevole, in un volume. La scoperta del rapporto tra letteratura e tipografia, tra poesia e tipografia, tra estetica e tipografia, la scoperta e la ricerca ottenuta dell'effetto che si può ottenere o raggiungere tra la parola detta, quindi la metrica, la ritmica

e la tipografia, i toni dei colori, il rapporto tra il colore e la grafica, grafica pura, grafica di composizione sola, non grafica con i segni, non grafica con il segno chiesto in prestito al pittore, copiando dal pittore. Uscito con periodicità settimanale dal 29 settembre 1945, data dal primo numero, sino al n. 28 del 6 aprile 1946 e poi divenuto mensile, la rivista diretta da Vittorini era pubblicata da Einaudi. Settimanale politico lo era per la «nuova cultura» grafica che Steiner, a cui, secondo Vittorini, «toccava metà del merito per il successo avuto dalla rivista », aveva saputo esprimere nella sua sperimentale impaginazione, attraverso la quale era riuscito a coniugare, forse al suo livello più alto, due momenti sino ad allora mai completamente o volutamente intersecati: da un lato l'uso dell'immagine come narrazione secondo le innovazioni più moderne; dall'altro il giornale come luogo di elaborazione di un nuovo

modello di intervento politico-culturale, nuovo per le tematiche proposte, e per il pubblico specifico a cui era diretto. Tutto questo aveva dato vita, come ricordava Max Huber, grafico svizzero amico e collaboratore di Steiner a «[...] una cosa formidabile». E continuava: «Ciò che colpisce, guardando adesso Politecnico, è vedere come le idee, il contenuto degli articoli, le fotografie, le didascalie e l'impaginazione fossero una cosa sola. Non c'era un 'grafico' che metteva in bella forma delle colonne di piombo, dei titoli, delle illustrazioni, ma c'era come un giornale che nasceva tutto insieme. Franco Fortini, un altro «adetto» alla rivista, racconta stupefatto, con i consueti toni poetici, come [...] mi veniva la voglia di guardare affascinato le mani di Albe provare accostamenti e tagli, resecare con le forbici, monologando, giocando. Le forbici tagliavano con nettezza, facevano due parti, costringevano a scegliere. (Albe rideva, faceva scivolare sul tavolo le sue strisce rosse e nere, spostava di un millimetro un titolo, guardava e rideva). E ultima, ma primaria presenza, Lica, la moglie di Albe: «Bella, elegante con il tocco di una gran signora, aveva toni bassi, apparentemente non evidenti». Con quella «sua idea di 'utopia' [...] assisteva consergente Albe, Elio e tutti». Un'idea di utopia che pervadeva «Il Politecnico» sin dalla impaginazione grafica della testata, con quella scritta in negativo su fondo rosso tagliata dal vivo, smarginata nella parte superiore: già una dichiarazione nell'approccio alla realtà, appunto uno sporgersi e tendersi verso l'utopia: «Il fondo è aperto in modo che (simbolicamente), il titolo sembra uscire dal giornale e propagarsi». Dunque un giornale dominato dal senso di libertà, ma al tempo stesso da un rigore geometrico, fondato sui calcoli di misure auree proprie dell'impaginazione che

Albe non dimenticava mai. Basta vedere il tutt'uno composto dalla testata, l'indicazione del numero della pubblicazione, in un quadrato sulla destra ed il rettangolo con il sottotitolo e le informazioni di tipo pratico e burocratico (prezzo drizzo ecc.). «La forma geometrica contenente testata, numero, prezzo ecc. era divisa in tre parti secondo la misura delle colonne che sormontava e cioè nell'ordine: due, sei, una». Il carattere tipografico senza grazie della famiglia dei bastoni è «secondo il costume Bauhaus giocato in positivo e negativo in modo da contrapporre in un equilibrio dinamico di illustrazioni grafiche e fotografiche». La gabbia di Politecnico coordina brillantemente due piani, la discussione dentro la rivista e il rapporto rivista-pubblico, senza soluzione di continuità. In «Politecnico» un ruolo di primo piano aveva il colore: sia il nero delle colonne di testo, sia soprattutto il rosso, «utilizzato in chiave ideologica come elemento per la riconoscibilità della rivista, con il ruolo di evidenziare i contenuti che di volta in volta si esprimono». Quindi l'utilizzo del colore, il rosso e il nero, aveva delle precise volontà di significato, oltreché una precisa origine: il rosso e il nero hanno una loro tradizione simbolica [...] a cominciare dal costruttivismo russo labase più diretta ricerca di Steiner. Se dunque il carattere tipografico e l'utilizzo del colore richiamavano certe soluzioni opposte a quelle in uso nel giornale quotidiano italiano, la gabbia grafica inventata da Steiner consentiva il realizzarsi di un'altra grande caratteristica di «Politecnico»: l'integrazione parole e immagini posti Sullo stesso piano, in modo tale che «la fotografia è semplicemente un prolungamento della scrittura, non un'alternativa». L'immagine come forma di scrittura, dunque: il «far vedere cioè è utile al dire».

M. ZANANTONI,

Albe Steiner - Cambiare il libro per cambiare il mondo, Unicopli

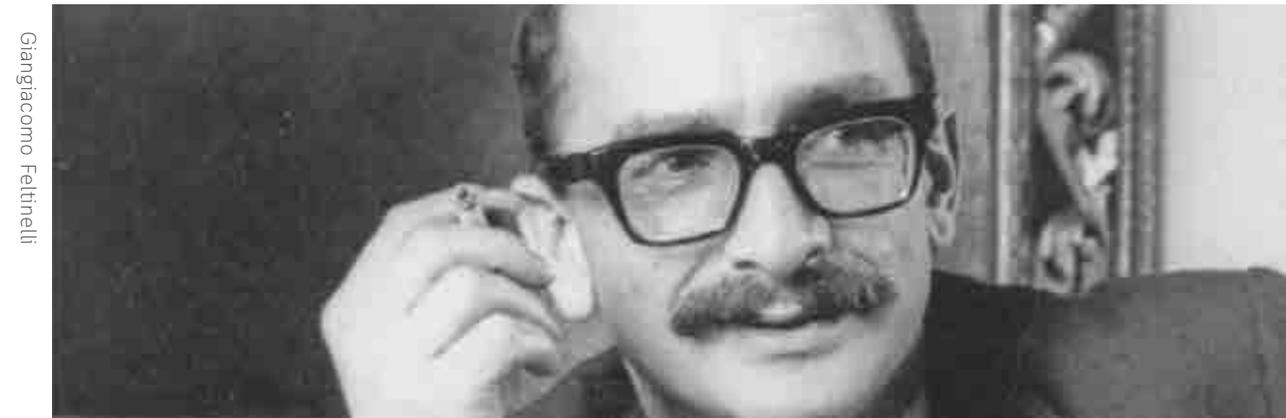


Albe Steiner, "politecnico", numero 37, 1947

COLLABORAZIONI ED ATTRITI CON FELTRINELLI

La «Bozza di lettera contratto» datata 27 luglio '54 conteneva con chiarezza i termini pattuiti: Steiner «dovrà curare durante tale periodo la progettazione e la esecuzione, che comporta anche la consulenza tecnica, dei volumi che verranno pubblicati, e di tutte le stampe attinenti la Casa Editrice». Tra l'inizio formale dell'incarico, luglio-agosto '54, e l'uscita dei primi volumi della neonata Casa editrice — fine giugno '55 — Steiner aveva comunque lavorato per Feltrinelli, alternandosi tra l'attività a contatto con l'Istituto Feltrinelli, con la relativa Biblioteca, e gli studi e i progetti grafici preparatori per varie collane della futura Casa editrice. Va anche notato come alcune annotazioni stiano chiaramente ad indicare che agli inizi del '55 il marchio della Casa editrice non era ancora stato individuato. Il 3 marzo '55, Diemoz, responsabile della collana di saggistica e

storia, scriveva a Steiner il primo richiamo rivolto a Steiner, «come responsabile dell'Ufficio Tecnico». Il riferimento preciso era relativo alla mancata o ritardata preparazione grafica di 2 volumi: Broda, L'energia atomica e Broom, Alla ricerca dell'anello mancante, ma traspariva già la necessità, certamente fisiologica all'interno di una Casa editrice agli inizi della sua attività, di regolare subito rapporti. Pochi giorni dopo giungeva direttamente a Feltrinelli un promemoria redatto da Steiner con un elenco dei «lavori eseguiti da Albe Steiner dal giugno al marzo '54/'55 e nei primi otto mesi di collaborazione con la Casa Editrice e con le altre Aziende. A distanza di così pochi giorni, una ulteriore lettera interna richiamava, di nuovo, il responsabile dell'Ufficio Tecnico ad una maggiore «speditezza in vista della prossima uscita del primo gruppo di edizioni ed entrava più in dettaglio, specificando



Giangiacomo Feltrinelli

una serie di mancanze riguardanti sia lavori di impaginazione editoriale legati ad opere della Biblioteca Feltrinelli sia lavorazioni prettamente grafici per la Casa editrice. Tra la fine di giugno e i primi giorni di luglio, la Giangiacomo Feltrinelli Editore pubblicava i suoi primi volumi. A questi si affiancavano nell'uscita quattro nuovi volumi della "Universale Economica" riportavano sul retro di copertina, in basso a destra, in piccolo, il nome «Albe Steiner» per attribuirne l'impaginazione e la grafica. Insieme alle lettere personali di attestazione per il buon risultato ottenuto, a Steiner, Diemoz e Occhetto giungeva un documento interno di Giangiacomo Feltrinelli datato 5 luglio 1955 che, intendeva evidenziare «difetti» ed «errori» emersi a suo giudizio all'interno della organizzazione produttiva della neonata Casa editrice. Feltrinelli apriva il fitto documento con l'accusa più grave: «l'uscita programmata

del primo lancio è stata ritardata di 10 giorni per varie cause. Di questo ritardo [...] sono responsabili un poco tutti». L'inizio dei «difetti» era relativo al «passaggio del testo all'ufficio tecnico». Sgridato Diemoz, era subito dopo la volta di Steiner e dell'ufficio tecnico. E i rimproveri a Steiner erano diretti e non meno duri:

- a) essersi assentato, seppure per un altro impegno urgente, in «un momento non adatto», cruciale e di «disservizio del complesso della Casa»;
 - b) essere partito senza fornire ad Occhetto, quindi alla direzione, il punto della situazione;
 - c) l'aver affrontato con «non sufficienti tempestività» la preparazione di una serie di copertine.
- Le conclusioni del documento di Feltrinelli erano esplicite: «ho intenzionalmente lasciato a tutti i collaboratori fino a oggi le più ampie libertà e facoltà di organizzarsi il lavoro a loro piacimento» ma di fatto «devo osservare che di questa libertà non si è sempre bene usato. Da ora in poi conseguentemente tutto il funzio-

namento dell'azienda sarà regolamentato secondo i criteri che dopo esame e discussione collettiva verranno da me esposti».

a) «la redazione passerà all'ufficio tecnico i manoscritti completi di titolo, diciture varie in frontespizio, copertina e sovracoperta, schede, fotografie ecc.»;

b) «l'ufficio tecnico presenterà all'Editore 15 giorni dopo la presa di consegna di un manoscritto i primi bozzetti relativi alla sopraccoperta così come eventuali proposte tecniche per l'impaginazione del volume, la carta, i caratteri, la rilegatura ecc. ecc.».

L'impressione che si ricava dai documenti immediatamente successivi è che tuttavia qualche ulteriore motivo di attrito tra l'ufficio Steiner e Feltrinelli sia effettivamente intervenuto. Nel dicembre dello stesso anno in risposta ad un paio di solleciti all'Editore sullo stato di lavorazione di alcuni testi della Biblioteca Feltrinelli, Steiner, oltre a stilare con la consueta precisione lo stato di lavorazione dei volumi, rimarcava che l'ufficio tecnico iniziava il lavoro, sarebbe stato anche pronto a continuare e a mandare in stampa, ma dovendo aspettare doverosamente «precise indicazioni» e parti mancanti che spesso tardavano ad arrivare, accumulava ritardi su ritardi e i testi, spesso già impaginati, rimanevano fermi. Ai primi di febbraio del '56 Giangiacomo deponeva sulla scrivania di Albe (molto probabilmente in sua assenza) un modulo vergato con, ironiche parole: caro Steiner, come facciamo a vivere con un responsabile dell'ufficio tecnico, che appare, scompare senza dirci nulla, senza che si cerchi di adeguare le nostre esigenze (!) alle superiori esigenze del dirigente dell'ufficio tecnico?

E un mese dopo, a lanciare qualche frecciata all'ufficio tecnico, si dedicava anche l'ufficio stampa, allora diretto da Valerio Riva. Difficile ricostruire con precisione, stando ai documenti, modi e tempi in cui Steiner chiarì con Feltrinelli le proprie ragioni. Quel che risulta certo è che Albe but-

tò giù, intorno alla metà di marzo, una sorta di minuta di lettera all'Editore: una specie di risposta che probabilmente gli servì solo come traccia per un più necessario incontro a due, possibilmente chiarificatore. A sancire il nuovo potere di Steiner veniva stilato, nel giro di un anno, tra febbraio del '59 il febbraio del 1960, il nuovo contratto tra il grafico e la Casa editrice. Una sequenza che credo non lasci dubbi sulla volontà di Feltrinelli, dopo le «incomprensioni» degli anni precedenti, di «assumere» Steiner a pieno titolo quale unico e decisivo direttore dell'immagine della Casa editrice che all'esterno deve giungere. Così riformulati, i «limiti» della libertà di consulenza e operatività di Steiner verso l'esterno venivano certamente attenuati rispetto alla formazione originaria: insomma, non più l'impossibilità pressoché totale di lavorare con altri editori, ma solo un limite relativo a produzioni editoriali concorrenziali ai volumi Feltrinelli, una prospettiva certamente a tutto vantaggio della libertà di lavoro dello stesso grafico. Steiner dunque appare ormai, alla fine degli anni 50, sostanzialmente e formalmente organico e determinante per le edizioni Feltrinelli, riuscendo a ottenere procedure e modalità di intervento assolutamente consoni alle sue esigenze lavorative e umane. Il nuovo contratto di lavoro, stilato all'inizio del 1960, aveva posto Steiner in quella posizione che sempre aveva cercato: una collaborazione che, se anche formalmente non poteva definirsi di lavoratore dipendente a tempo indeterminato, però una garanzia temporale di cinque anni. Tuttavia i mesi successivi costituirono paradossalmente per Albe momenti di continui contrasti con la Casa editrice. Il motivo di tensione sembrava essere, ancora una volta, l'effettiva organizzazione del lavoro. L'impressione è quella di un lavoro che ad Albe non sembra dare un soddisfacente coinvolgimento, grande futuro. La produzione rimaneva piuttosto elevata entravano nuovi redattori e collaboratori e per Steiner che, come abbiamo visto, qualche perplessità iniziava ad averla, la mole

di lavoro diveniva impressionante. Per questo all'inizi del '62 veniva assunto ad affiancare il lavoro dell'ufficio tecnico, un nuovo grafico, Umberto Brandi. Stretto tra i confronti obbligati, il malessere di Steiner diventava esplicito all'inizio dell'anno successivo, il 1963: prima attraverso alcuni colloqui con Feltrinelli e poi attraverso lo scambio di lettere, apparentemente pacate e concordi, ma che in realtà nascondeva una disaffezione e molto probabilmente, da parte di Feltrinelli, anche un'insoddisfazione verso il proprio dirigente grafico, che emergeva sempre più evidente. Il disaccordo diveniva esplicita in una lettera Steiner del 15 marzo, nella quale Giangiacomo si dichiarava d'accordo sulla richiesta di Steiner di una anticipata risoluzione del contratto in corso tra i due al 30 giugno 1963, che avrebbe dovuto chiuderti solo nel '65. La motivazione ufficiale appariva chiara: la necessità da parte della Feltrinelli di un rafforzamento dell'ufficio grafico dovuto alla mente dell'amore di lavoro, avrebbe imposto ottenere un adeguamento dei suoi tempi e della sua presenza in casa editrice, insostenibile per Albe.

A Steiner arriva puntuale il 31/12/1963 con sei mesi di preavviso previsti, la regolare disdetta del contratto da poco firmato e sottoscritto il primo a luglio precedente. Formalmente significava che la Feltrinelli allo scadere effettiva del contratto, il 30 giugno 1964, sarebbe così stata libera di decidere se continuare la collaborazione con stelline o chiudere definitivamente il rapporto. Giangiacomo scriveva: caro Albi, nel momento in cui il nostro accordo di collaborazione sta per scadere e si conclude così un periodo di 10 anni di lavoro con la casa editrice, vorrei esprimerti la mia riconoscenza per tutto quanto in questi anni hai fatto ed hai dato alla Casa. Se oggi le edizioni Feltrinelli hanno un posto prima Alitalia sai anche dovuto alla veste grafica, all'impronta grafica che saputo dare la nostra produzione. E se oggi esigenze aziendali, legate allo sviluppo della casa, hanno consigliato una diversa strutturazione dell'ufficio grafico, voglio che ti giunga all'assicurazione della mia gratitudine della mia amicizia. Con molti saluti tuo Giangiacomo.

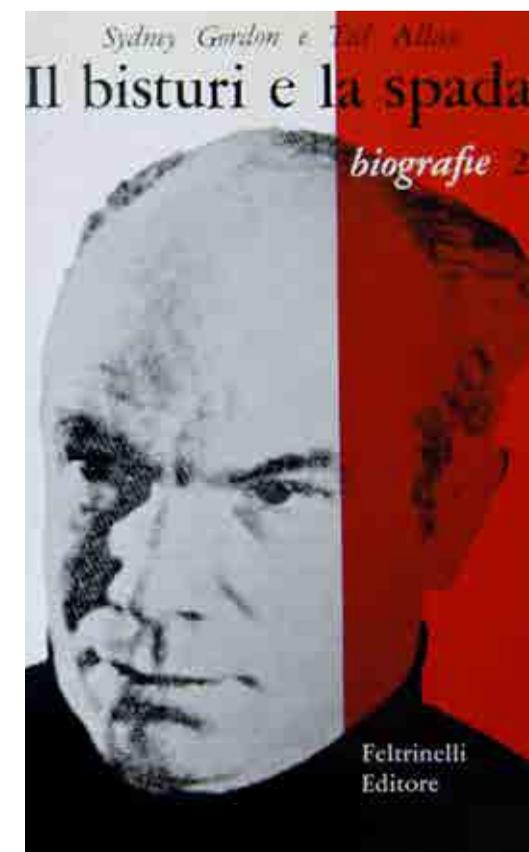
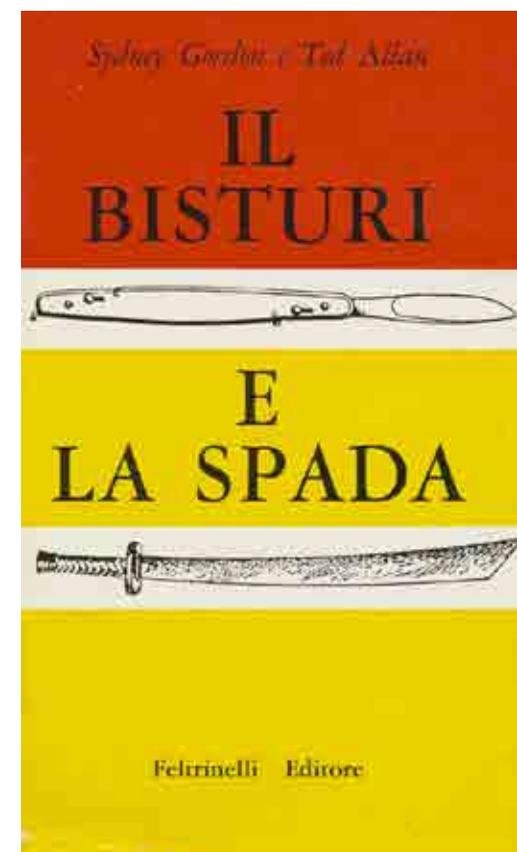
M. ZANANTONI,
Albe Steiner - Cambiare il libro per
cambiare il mondo, Unicopli

INNOVAZIONI IN COPERTINA

ALBE RINNOVA
LA GRAFICA DELLA
CASA EDITRICE

Gli ultimi anni Cinquanta, seppure non facili per la Casa editrice, sono stati gli anni di maggior vicinanza tra Giangiacomo e il responsabile del suo ufficio grafico. Anche anni di elogi, come quelli che Feltrinelli mandava ad Albe nel settembre 1958 a proposito del successo da lui ottenuto con la grafica del Talleyrand, un volume, uscito come n. 5 della collana “Biografie”, che presentava una bellissima sovraccoperta in cartoncino plastificato lucido. Su di essa, a tutta pagina, veniva rappresentata a mezzo busto l’immagine del ministro Luigi Filippo, colorata con due grosse bande verticali, grigia la più grande, e di un verde tenue quella più stretta, ripreso sul dorso sino a slittare qualche centimetro sul retro: indubbiamente di grande impatta visivo per quegli anni. Comprensibile dunque il successo avuto da Steiner, al quale Feltrinelli chiedeva immediatamente di «ricopertina-

re» anche gli altri volumi delle “Biografie”. Si iniziava da *Il bisturi e la spada* di Sidney Gordon e Ted Allan, la storia del leggendario dott. Norman Bethune inventore di nuovi metodi per la cura della tubercolosi, morto “eroicamente” nel ‘1939 al servizio del popolo cinese. Il libro era uscito tra la prime novità della Feltrinelli nel luglio ‘55, già con una sovraccoperta giallo-rossa piuttosto gradevole. Nel ‘59 veniva ripubblicato in una nuova versione, questa volta come n.2 delle “Biografie” e secondo la volontà dell’editore, con «copertina che corrisponde all’impostazione grafica testé trovata (la banda di colore credo possa variare: non si dovrebbe però utilizzare colori crudi ma tutti un poco sul tono del verde usato per il Talleyrand)». Steiner in questo caso poneva in primo piano, a tutta pagina, il viso di Norman Bethune e, oltre la fascia grigia, utilizzava come seconda banda, richiamata



Albe Steiner, copertina, 1959

“ALBE STEINER... ERA UN GRAFICO STRAORDINARIO, L’UOMO CHE HA CREATO L’IMMAGINE DEI LIBRI FELTRINELLI[...]
ALBE ERA UOMO CHE SE SBAGLIAVA DI UN MILLIMETRO, BUTTAVA A MARE DIECI ORE DI LAVORO[...].”

sul dorso, un rosso pieno, molto vivace. Stessa trasformazione veniva richiesta per *l'Autobiografia di Nehru* di Edgcumb Pinchon, per *Zapata l'invincibile* e per *13 ore per l'immortalità*, raccontata da Leopold Infeld e che andava ad occupare il n. 4 della collana. Nel settembre '59, usciva un nuovo volume delle "Biografie" dedicato a Darwin, e, seppure sovracopertinato con la consueta grande immagine a mezzobusto del personaggio biografato, le bande di colore risultavano già più spente, il grigio divenuto un nero e bianco male impastato e soprattutto il cartoncino della sovracoperta non più plastificato: l'impressione era quella di una certa sciattezza ed un esito graficamente non certo di impatto. Forse per questo, o anche per questo, nonostante il compiacimento di Feltrinelli per la bella sovracoperta del Talleyrand del '58, dal n.7, le copertine della collana mutavano radicalmente: stesso formato

(12.5x20.5), ma veniva utilizzato un pesante cartonato molto austero con colori piuttosto cupi, mantenendo sul fronte l'immagine solitamente a mezzobusto del biografato, anche se in proporzioni molto più ridotte rispetto al progetto iniziale. Si intendeva sottolineare probabilmente l'idea di un libro più di consultazione che di lettura «raccontata», di un libro destinato per sua natura ad essere da biblioteca e da conservare. Quanto, in scelte come queste di tipo prevalentemente commerciali, ci sia la partecipazione di Steiner, è molto difficile stabilire. Intanto Albe veniva coinvolto ancora più decisamente in tutte le attività propagandistiche della Casa editrice, attività che necessitavano di iniziative grafiche di vario tipo: dalla carta da pacco con le intestazioni della libreria, a carta natalizia, talloncino regalo e auguri, oggetti da vetrina che servivano da descrizione, bozzetti per la pubblicità sui giornali.

M. ZANANTONI,

Albe Steiner - Cambiare il libro per cambiare il mondo, Unicopli

P. CORRIAS,

Vita agra di un anarchico, cit p.83

UN NUOVO GRAFICO PER ZANICHELLI

Steiner aveva avuto modo di conoscere Giovanni Enriques già dagli anni precedenti, chiamato dallo stesso Enriques per la consulenza dell'altra azienda di sua proprietà: la fabbrica stilografiche, penne a sfera e matite automatiche Aurora. La collaborazione era iniziata nei primi mesi del 1956 e a Steiner era stata affidata la progettazione grafica e il design dell'Azienda torinese: confezioni, scatole, astucci, sacchetti, carte da pacco, espositori da banco, pagine pubblicitarie, cataloghi, depliant, decorazioni, portapenne, decorazioni natalizie per vetrine, prototipi di modelli di stilografiche e penne a sfera di cui uno segnalato per il Compasso d'Oro. La fruttuosa collaborazione tra l'Aurora di Enriques e Albe, continuata sino al 1962, aveva negli anni consolidato il loro rapporto e la stima reciproca e di fronte alla prospettiva di un rinnovamento importante all'interno dell'azienda libraria

di Bologna, il Presidente della Zanichelli aveva naturalmente pensato a Steiner Per una consulenza grafica. La collaborazione aveva inizio tra maggio e giugno del 1961. Giovanni Enriques aveva interpellato Steiner circa la sua disponibilità a «dedicare un po' di tempo alla Zanichelli, per risolvere alcuni problemi relativi alle copertine scolastiche e un aiuto nella ricerca e nella istruzione di altro personale grafico». La richiesta finale, insomma, era quella di occuparsi «del problema scolastico, richiesta ribadita con licita insistenza il mese successivo. Albe, che come ricordata in precedenza, aveva avuto il 26 giugno l'esplicito benestare di Giangiacomo per una collaborazione o la Casa editrice bolognese, dava il suo consenso accettando di formalizzare il rapporto attraverso un contratto di consulenza settembre 1961 al 31 agosto del 1962. L'accordo prevedeva inizialmente «due visite mensili a



Giovanni Enríques e il Presidente della Repubblica Giovanni Gronchi, 1959

Bologna e alcune ore mensili dedicate ai nostri grafici che verrebbero a Milano per la soluzione di qualche problema e per un Suo giudizio». Gli obbiettivi erano quelli di aumentare il volume di lavoro; standardizzarlo diminuendone i costi; rinnovare e rendere coerente l'intera attività editoriale. Da settembre '61 iniziava dunque a pieno titolo la consulenza grafica per la casa editrice Bolognese. A Steiner veniva inviato un «Promemoria» dalla Direzione editoriale contenente una lista di «Problemi aperti urgenti», relativi alle prime fasi dell'intervento grafico di Albe: «Unificazione e standardizzazione» dei prossimi volumi; una «Prima occhiata ai lavori nuovi in corso di impostazione»; un «Programma per le visite future». Albe, a partire dal 1961, lavorando a lungo sullo stesso tavolo con Delfino Insolera, ha «firmato» 104 libri della Zanichelli. I progetti editoriali veri e propri sono stati 67, alcuni articolati in più volumi. (L'ultimo, in ordine di tempo, il corso di Geografia fisica ESCP, fu pubblicato nel 1974, dopo

la sua scomparsa: a testimonianza che la collaborazione non si era mai interrotta, anche se si era un po' ridimensionata, negli ultimi anni Sessanta e soprattutto dopo che Insolera lasciò la direzione editoriale di Via Irnerio, all'inizio del 1970.) Albe fu portato in Zanichelli da mio padre Giovanni, in accordo con Insolera: non saprei dire chi dei due contò di più in questa scelta, che certo ben si inseriva nella svolta che fu impressa alla vecchia casa carducciana all'inizio degli anni Sessanta. Anche il contenuto del contratto di consulenza fu probabilmente concordato a tre. Prevedeva: - soluzione copertine scolastiche con moduli colori grafica tali da poter costituire un sistema «autorinnovantesi» - aiuto in ricerca e formazione personale grafico. In seguito, opera continua per assicurare «omogeneità e finalità» alle manifestazioni grafiche della Casa editrice. Una svolta nella collaborazione doveva avvenire dopo l'estate del 1964, con l'intensificazione dei lavori. Steiner aveva ormai cessato definitivamente il rapporto

di lavoro con Feltrinelli e poteva quindi assicurare alla Casa editrice bolognese un apporto più consistente. Un appunto di Steiner menziona infatti la necessità di porre all'ordine del giorno di una prossima riunione in Zanichelli i suoi «rapporti di collaborazione con la Casa editrice» e visibilmente nel corso degli anni seguenti, sino al 1969, la collaborazione di Albe diveniva più fitta e continua, con visite quasi quindicinali a Bologna e con una mole di interventi e progetti grafici su vecchie e nuove collane, non solo scolastiche, di impressionante consistenza. Pur con qualche incomprensione e momento di difficoltà è indubbio che il lavoro grafico di Steiner nella seconda metà degli anni Sessanta aveva contribuito a raggiungere gran parte di quegli obbiettivi che la Zanichelli si era posta: un'immagine innovativa, specie sul versante scientifico; un nuovo metodo editoriale, caratterizzato da un ruolo più incisivo della redazione; apertura alla cultura internazionale; pubblicazione di libri di catalogo duraturi, fondazione dei pilastri del catalogo delle scuole superiori; grande attenzione ai contenuti disciplinari. Ma complessivamente, in quel decennio, si era affermata anche un'immagine diversa, e per tanti aspetti nuova, della Casa editrice bolognese: l'immagine di una Casa editrice

«scientifica» e «di sinistra» e la presenza di Steiner, con la comunicazione viva che aveva saputo progettare, certamente non fu elemento secondario di una tale affermazione. Le scelte e gli investimenti cospicui in termini di strumentazioni, macchinari e uomini, compiuti da Giovanni Enríques si erano rivelati dunque oculati. Con gli inizi del 1970, anche per meglio tutelare sindacalmente il lavoro dei collaboratori esterni, tra Steiner e la Casa editrice bolognese si procedeva a stabilire un nuovo contratto di consulenza che prevedeva una «consulenza generale su tutti i libri della Casa editrice»; «l'impostazione di nuove collane»; la «cura di ulteriori volumi nell'ambito delle collane impostate». Tale tipo di accordo veniva riproposto per un ulteriore anno, sino al 31 dicembre 1972. Pur riconoscendo a Steiner «il ruolo di coscienza grafica» della Casa Editrice, la brevità della durata del nuovo contratto veniva spiegata da Federico Enríques con il «recente potenziamento dell'ufficio grafico», la cui responsabilità era stata affidata a Raimondo Biscaretti, che consentiva alla Zanichelli di far fronte ormai con le proprie forze «allo studio e all'esecuzione delle collane ordinarie». Che il suo ruolo divenisse sempre più marginale, era lo stesso Albe ad accorgersene.

M. ZANANTONI,
Albe Steiner - Cambiare il libro per
cambiare il mondo, Unicopli

EDITORIA SCOLASTICA

I punti fondamentali del lavoro di Albe sono puntigliosamente indicati da Insolera nello scritto che ho ricordato: - la motivata rivendicazione del ruolo del grafico su almeno due piani a) posizione al centro del cammino del libro, fra la coppia autore-redattore e quella ufficio tecnico-tipografia: confini di geografia editoriale in parte sovvertiti - a favore del ruolo del grafico - dalle attuali tecnologie. b) sua presenza all'interno dell'opera, nel senso che, fra i primi, Albe sostenne che il grafico non deve fermarsi sulla porta creando la copertina, ma deve entrare nel libro, sporcandosi le mani con l'impaginazione. Nelle copertine preferiva, quando poteva, scegliere immagini che da sole riuscissero a fornire l'essenza del testo o ne ricordassero un punto saliente: ricordo un solo esempio: il cammello (o dromedario) nella copertina del Tartarino di Tarascona. - l'ordine, l'armonia, il non mischiare caratteri diversi (anche se non mancano esempi - mi riferisco al volume sulle ville bolognesi - di titoli di paragrafo in Helvetica in un testo con carattere con grazie - un Garamond) - la sintassi della sua impaginazione non era mai monocorde ma neppure sgangherata: le immagini dentro e quelle fuori gabbia si alternavano con armonia - cercare di far riposare l'occhio del lettore per stimolarne la mente. (Nel Cornaglia, che è dei primi

anni Sessanta, le immagini fuori giustezza sono abbastanza numerose. Nell'ESCP, del 1974, solo le immagini a giustezza piena possono essere fuori gabbia; quelle in colonna non lo sono mai.) - in quest'ottica è significativa la scelta di non appesantire l'interno dei testi scolastici con neretti e altre distinzioni nella pagina. Era anche un modo dare traduzione visiva a una pedagogia della comprensione, non della nozione: il neretto è bandito non solo perché inutilmente appariscente ma anche perché funzionale al ripasso di uno studio tutto mnemonico. Come quei musicisti o quegli attori che valorizzano il silenzio, le pause, così Albe valorizzava i vuoti e gli spazi bianchi, Steiner - questo era anche uno dei suoi compiti, come abbiamo visto - formò professionalmente alcuni giovani grafici: forse non è facile, guardando i libri zanichelliani degli anni Sessanta e Settanta, distinguere a prima vista le opere del maestro da quelle della bottega (e ciò è sempre vero quando il maestro è buon maestro). Ma è del tutto elementare distinguere i libri "prima" da quelli "dopo". Sono cartina di tornasole alcuni elementi nel testo (come un interlinea per staccare i periodi, anziché il rientro del capoverso) e le tabelle curate nella loro essenzialità. E soprattutto elementi paratestuali. Ad esempio, la direzione del titolo in costa: dopo Steiner i titoli

partono in alto e finiscono in basso (prima l'orientamento era un po' casuale). Ancora: gli indici che stanno all'inizio e non alla fine del libro, con il numero di pagina alla sinistra del titolo di capitolo o paragrafo. Soluzioni razionali, al servizio del lettore, che non indulgono al lavoro facile del tipografo. Non vorrei creare un equivoco: come ricorda Insolera, Steiner non era mai altezzoso nei confronti del lavoro degli altri e cercava sempre soluzioni che non imponessero eccessivi rifacimenti. In quest'ot-

tica arrivava a tollerare imperfezioni minori, non dovute a pigrizia: le considerava elementi di umanizzazione di un testo. Albe lavorava avendo in mente un certo tipo di fruitore. L'operazione principale che egli faceva era la sottrazione (togliere tutto ciò che di inutile, di tipograficamente tralaticio c'era nella pagina). Una lezione, mi pare, ancora attuale, non solo per i libri (rettangoli per lo più verticali) ma, ancor più, per le impaginazioni di rettangoli disposti orizzontalmente.

FEDERICO ENRIQUES,
intervento all'incontro Immagini
e storie dell'editoria italiana.



Introduzione alla Matematica, Mockup

I n t e r i o r s

+ Industrial Design

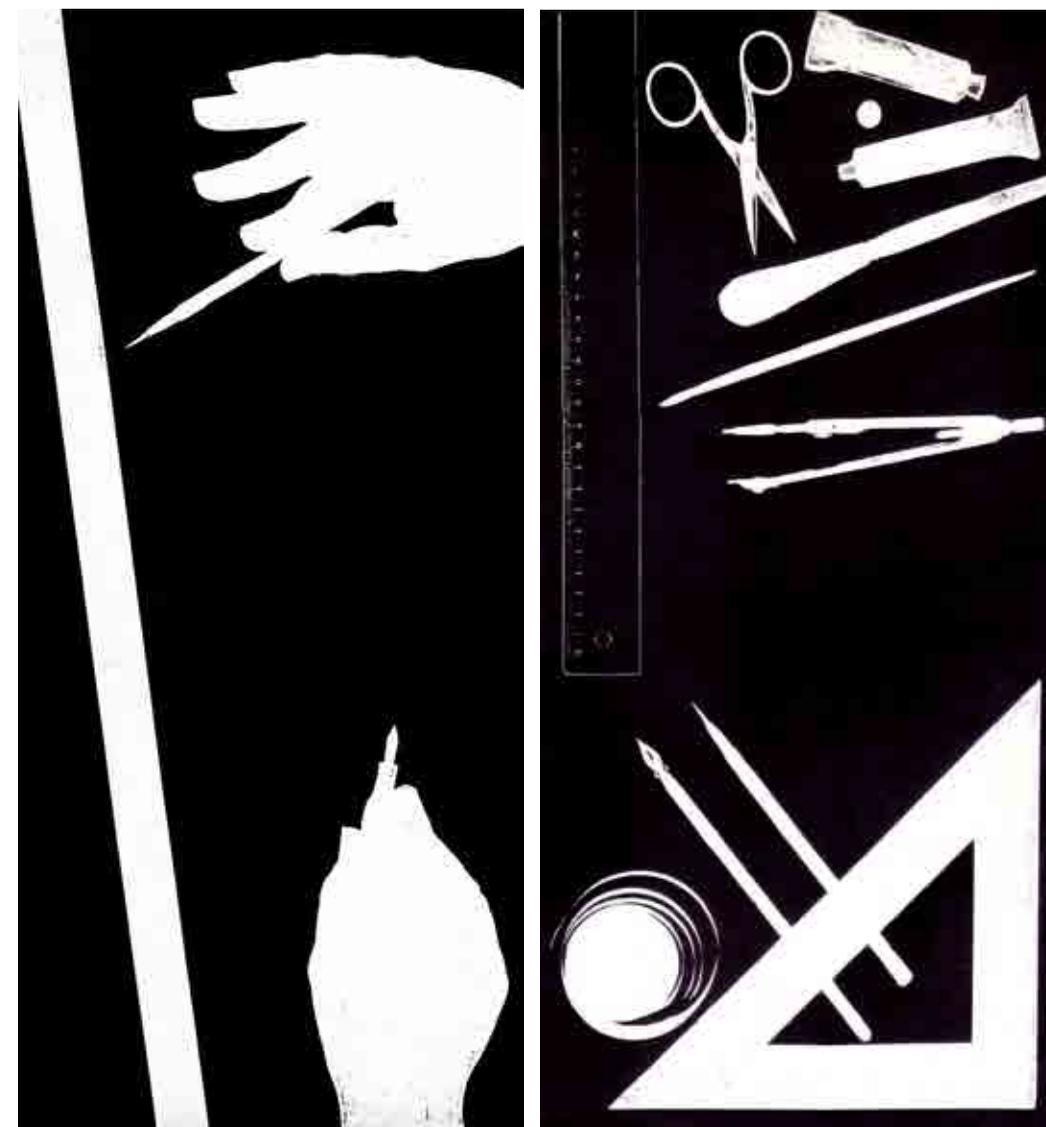


**IL DISEGNO
VIENE DOPO**

DESIGN OR NOT DESIGN

«**D**esign or not design» Mi serve, questo inglese maccheronico, per richiamare all'orecchio del lettore il famosissimo dubbio di Amleto. Che cos'è il design? Esiste o non esiste; e se esiste qual è la sua vera forma, la sua vera natura, la sua fondamentale ragion d'essere e come si attua, e chi lo attua, lecitamente o illecitamente? Design è una parola ambigua. Ricorda strettamente la nostra parola «disegno» e quindi fa pensare subito a un fatto esteriore, all'invenzione di una forma, a una progettazione che ha per scopo l'eleganza e la bellezza. Di questa mistificazione linguistica si sono trovate avvantaggiate alcune categorie di professionisti, ciascuna poi cercando di imprimerle le sfumature di significato che meglio potevano giovare alle proprie attribuzioni. Così alcuni architetti, ad esempio, hanno sempre sostenuto e vanno sostenendo che non si fa del design se non si agisce su prodotti tridimensionali.

Così sono andato da Steiner. Steiner si muove in incredibili spazi bianchi a fil di prato, in una Milano improbabile dove appena si sentono frusciare i pneumatici sul nastro di asfalto. Ogni grafico vive dei problemi della comunicazione, cioè della chiarezza. Ma Steiner li vive due volte: come grafico e come insegnante. Il problema della chiarezza è per lui una seconda imprescindibile natura, far capire e far capire sempre di più, con sempre meno frange e sempre meno vuoti. Il suo studio è fatto per quattro quinti per ricevere, discutere, mostrare, illustrare, e per un quinto per lavorare in pace. I ragazzi vanno da lui e gli chiedono mille cose. Gli chiedono anche cos'è il design e se si può chiamare disegno industriale o se, come dice Dorfles, il disegno industriale è parte del design. L'ADI, mi ricorda Steiner, è l'associazione del disegno industriale. Quindi il disegno industriale è il design. In effetti, quando si dice design, pochi di noi



Albe Steiner, schizzi

intendono la stessa cosa e in realtà la definizione è quanto mai vaga: tutto rientra nel design. Dicendo invece «disegno industriale» si tenta già di fare un'opera di chiarificazione. Il design viene più generalmente inteso come quella che una volta Steiner stesso chiamava la cosmetica industriale, cioè il semplice abbellimento esterno dell'oggetto, senza alcun riferimento alla sua soluzione completa, interna ed esterna.

Tridimensionalità no. Allora, serializzazione?

Non sembra che il design, risponde Steiner, nella sua accezione comunemente intesa, si renda conto del fatto che l'oggetto è costituito da una parte esterna, che funge da richiamo, ma soprattutto da una parte interna che deve essere perfettamente curata e funzionale. Occupandoci soltanto dell'interno, ecco che il discorso perde qualsiasi significato estetico e tuttavia si fa ugualmente opera di disegno industriale che costringe a considerare i grossi problemi della serializzazione industriale connessi con tutti gli elementi tecnologici che riguardano la produzione. Dunque, è solo nell'ambito della ripetibilità del prodotto, della grande serie,

che si può operare a livello del disegno industriale. Ma ribaltiamo la questione. La realizzazione di un prototipo, non chiede per caso un'azione di disegno industriale? Steiner risponde: no, se non tengo conto della destinazione. Se tengo conto della destinazione, devo rispettare tutta una serie di vincoli. Quando si deve tener conto di tutte queste necessità, afferma Steiner, ecco che il mio lavoro si realizza con una progettazione specifica, particolare, secondo i crismi del disegno industriale. E certo, quando devo fare una pagina di pubblicità, faccio un lavoro di tutt'altro tipo. Mi pare che il concetto abbia subito una prima importante messa a fuoco, ma desidero aumentare la profondità di campo. Steiner non ne fa questione di piccola o grande tiratura. Il problema su scala diversa, propone gli stessi quesiti. Il disegno industriale è un intervento a livello squisitamente tecnico, molto prima di essere una invenzione estetica per valida che possa essere.

Ma il disegno industriale è proprio disegno?

Abbiamo dunque il problema di capire per far capire. Ci dibattiamo nello stesso terre-

no in cui si dibattono da trent'anni grafici, architetti, pittori e uomini di genio di tutto il mondo. La terminologia internazionale, adottata come espediente per chiarire e facilitare la comunicazione, ha finito col complicarla. Sono anni che lo andiamo sostenendo su queste pagine. Il design, che non è né il disegno industriale né la progettazione estetica di un oggetto, ma soltanto un bozzetto grafico, mentre designer è chi lo ha eseguito! Volendo ora tradurre dall'americano «design» l'azione d'intervento progettuale a monte della produzione, si è scivolati in un errore parallelo che tuttavia difficilmente ormai potrà essere evitato. Perché il disegno industriale è, come dice Steiner, un fatto prima economico, sociologico, tecnico, e soltanto infine creativo. Si tratta di saper adeguare alla nostra persona, alle nostre esigenze, le reali possibilità della macchina, ma non con le adulterazioni più facili a cui abbiamo assistito e stiamo tuttora assistendo, della plastica che imita la paglia o il legno, della carta che imita l'argento e via dicendo. Secondo Steiner queste sono degenerazioni produttive dovute, alla vergogna di dover sottostare alla macchina e all'abitudine al decorativo. Il

disegno industriale deve ovviare alla prima senza fare concessioni alla seconda e i grafici devono saper percorrere questa strada un po' stretta, altrimenti si verificherà ancora in futuro una disoccupazione di grafici proprio mentre la società ha bisogno di veder risolti i suoi molteplici problemi di visualizzazione. La società ha bisogno di interventi a questo livello nei campi più svariati. Il grafico deve essere qualificato a intervenire in tutto ciò che riguarda la comunicazione sociale, dall'insegna del negozio al libro di testo. Il disegno industriale è semplicemente un tipo di intervento che richiede una certa qualificazione e questo tipo di qualificazione può avere provenienze diverse e avere sbocchi diversi: un oggetto tridimensionale o bidimensionale. Per Steiner tuttavia il problema è un altro. Dice che la fase nella quale viviamo è quella della diffusione della cultura e come tale non può che essere diffusione di massa. La diffusione di massa deve tener conto dei problemi della riproduzione delle immagini e questo è un problema di tipo industriale. Il disegno, viene dopo.

“NON BISOGNA
AVER PAURA DI FARE
DELLE COSE PULITE,
DELLE COSE ONESTE,
DELLE COSE MINIME”

F. MATALONI
Linea grafica n.5, 1971

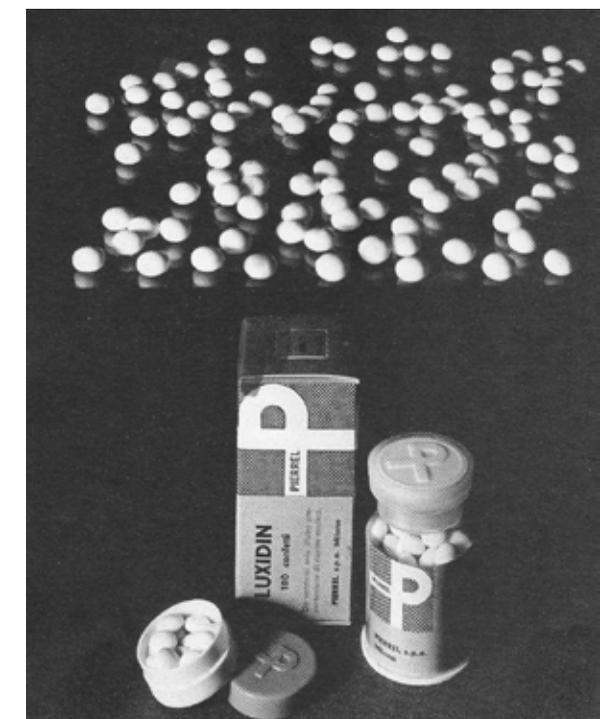
MARCHIO DI FABBRICA

Se mi domandaste se fare un marchio, così come lo fate adesso è lavoro artigianale o lavoro di tipo industriale, vi risponderai che è un lavoro artigianale. Voi prendete penna, pennarello, compasso e fate un disegno, senza sapere se questo costituisce un prototipo per una riproduzione di grande serie oppure no. Probabilmente non sapete nemmeno se questo verrà fatto in legno, zinco, in magnesio, in lamina d'alluminio, se verrà usata la lastra presensibilizzata oppure se viene fatta in plastica, in sottovuoto, in sottosquadra, ecc. Quando si disegna un marchio e non si sa qual è la sua destinazione, il suo uso, si comincia a commettere già un certo tipo di errore. Per esempio: quando diciamo vetrine di per sé si parla di un lavoro artigianale. Non lo è più e pensiamo ai punti di vendita dei supermarket come Upim, Standa, Rinascenze, cioè un "trust" in cui i settori sono divisi a seconda della destinazione. Per esempio,

se dal privato si passa all'ente, alla società, all'industria, non si trattano più buste, carta e biglietto, ma si comincia a parlare di stampati interni aziendali o di enti. Tutto deve essere ugualmente siglato e marchiato, ma gli stampati interni possono essere moltissimi a seconda del tipo di ente o di organizzazione industriale. Ed ecco che il problema comincia ad estendersi. Passiamo ad esempi tradizionali di marchi non coordinati. A seconda delle necessità di un'azienda, ci può essere la carta d'imballaggio, il pacchetto, la scatola, il contenitore marchiato a seconda delle linee di produzione di quella data industria. Sono tante linee diverse con tante destinazioni diverse, con contenitori, imballaggi e attrezzi diversi. Ma il marchio è sempre stampato su una superficie piana. Se invece, e cominciamo a vedere esempi di marchi coordinati con-temporanei, pensiamo già a un collegamento tra marchio, cioè simbolo,

stazione di servizio, punto di vendita, segnaletica esterna, lettering, neon, sorgenti luminose, trasmissioni televisive, allora il problema è diverso: voi dovrete pensare al marchio come oggetto, non solamente come disegno in due dimensioni. È solo in questo momento che il marchio moderno si chiama, con una definizione di comodo, «immagine coordinata». Coordinata come linea di stile, ma che acquista una fisionomia diversa, perché già pensata secondo un'utilizzazione diversa. Un'immagine coordinata per una casa farmaceutica non può essere uguale all'immagine coordinata per un'impresa di trasporti aerei: le due destinazioni sono diverse, i punti vendita diversi, pur essendo entrambi servizi pubblici o destinati a esserlo. E' così per tutti gli altri settori. Facciamo un esempio. Preferisco esempi e testimonianze personali, anche perché una delle cose alle quali tengo di più è sentirmi dire quello che pensano gli altri del mio lavoro. Vediamo il marchio Pierrel, industria farmaceutica, in cui ho ten-

tato una maggiore coordinazione. Mi ero mosso da una marca lombarda del 1400, cercando di vederne un'utilizzazione, che risultava però limitata e relativa. Al massimo adatta all'utilizzo su una bottiglia o su una scatola. Quando chiesi al pediatra se corrispondeva a verità che, somministrando in un certo modo il Paxin ad un ragazzo, poteva essere realmente più assimilabile, mi rispose che era assolutamente vero. Se la compressa si spacca in quattro e se ne dà una o due o tre a breve distanza di tempo, l'assimilazione è immediata. Ho cominciato a disegnare il marchio diviso in quattro: la P come croce greca. Ho chiesto se era possibile aumentare lo spessore della pillola per inciderla maggiormente e modificare la catena di produzione, il che comportava una notevole spesa. Dagli studi fatti, si arrivò alla conclusione che era meglio modificare la catena di produzione, ma avere una pillola facilmente rompibile in quattro, partendo da un marchio con croce greca. Questa è stata la partenza del marchio,

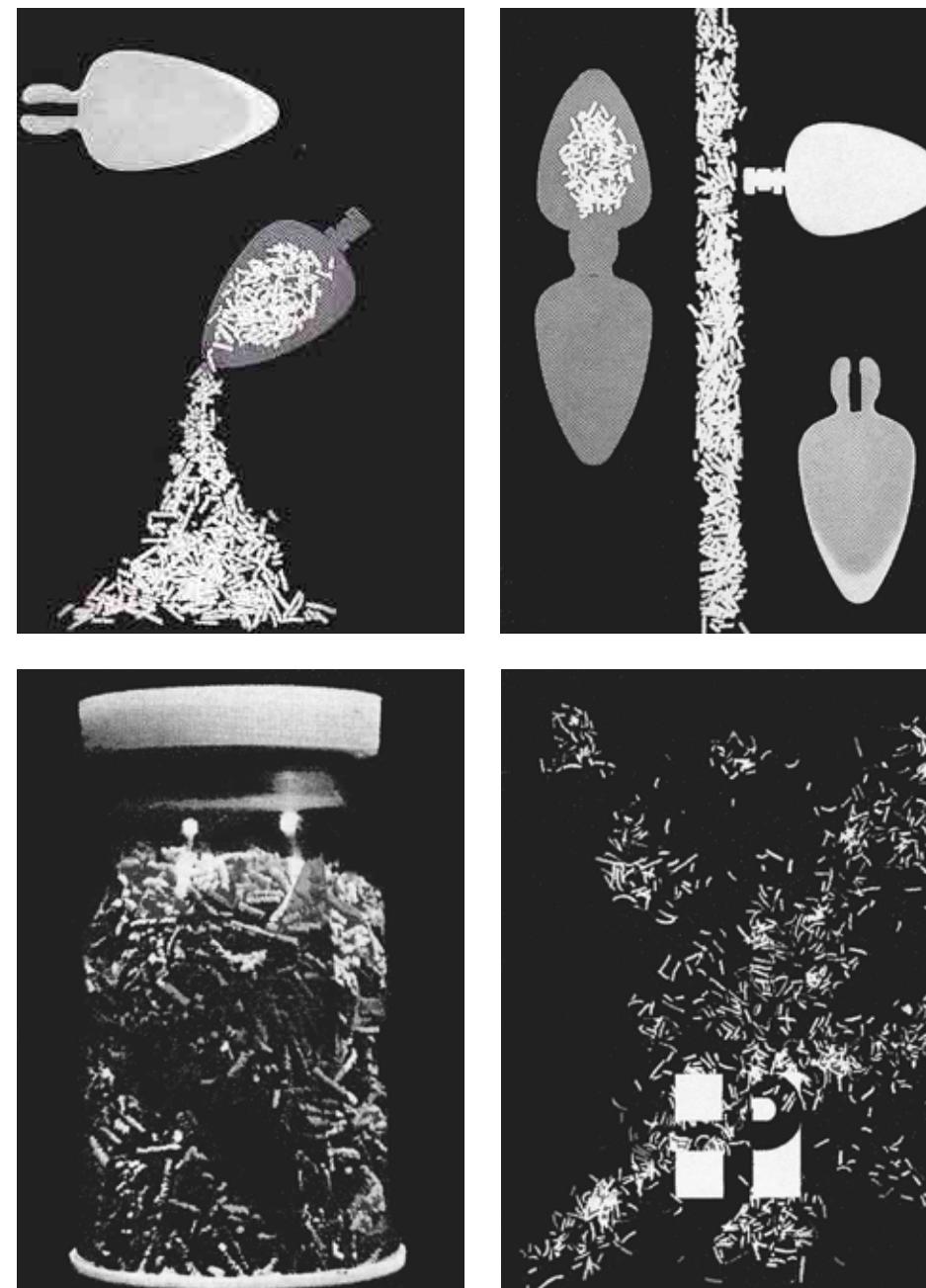


poi ho fatto le varianti. Quindi l'applicazione su furgoncino (effetti pubblicitari) o su triciclo. Poi l'applicazione sulla chiave, sugli imballaggi, sulle confezioni, sui tappi, quindi un'immagine che servisse come disegno coordinato in modo che le sue applicazioni fossero su cartone, su vetro, su plastica, su legno. Ci sono alcuni esempi, dove l'immagine è addirittura coordinata con una scatola. Per «coordinata» intendo dire che era stata concentrata la mia azione al fine di avere nella vetrina una maggiore azione, doppia in questo caso: le quattro

facciate del parallelepipedo permettevano di costruire la vetrina più ampia, più aggressiva, più evidente. Ma lo stesso sistema di marchi, involucri di un ricostituente per bambini, consentiva non solo questo ma permetteva anche all'interno di avere dei tali giochi da convincere il bambino a prendere il ricostituente, e solo e soltanto quello. In questo caso c'è anche un aspetto di persuasione occulta. Dai profumi ai salami, dai sottobicchieri ai tovaglioli, l'immagine doveva costituire un'esemplificazione di prodotto cooperativo.

A. STEINER
Il mestiere di grafico

“LA TECNICA È UN MEZZO PER
TRASMETTERE CULTURA E NON UNO
STRUMENTO
FINE A SE STESSO
PER GIUSTIFICARE
LE STERILITÀ DEL PENSIERO”



Albe Steiner, fotografie commerciali per Pierrel, 1956

LA STRADA E IL SUO DOPPIO

LE VETRINE DI ALBE STEINER PER LA RINASCENTE A MILANO

Senza eccessive forzature, è possibile intendere la vetrina come una forma particolare di muro, struttura architettonica con cui condivide la implicita duplice natura di elemento che divide e separa, che definisce dei confini, circoscrivendo fisicamente uno spazio, e al contempo di elemento di raccordo, una sorta di sottile linea di confine tra due luoghi diversi, che appartiene ad entrambi e che può assumere – come, evidentemente, nel caso della vetrina – caratteristiche di massima permeabilità. La vetrina, in virtù della sua connaturata trasparenza, si offre come una particolare tipologia di parete, indubbiamente invalicabile nei termini di un effettivo attraversamento fisico, ma certamente non invalicabile per lo sguardo, che ne oltrepassa senza problemi il limite, in entrambe le direzioni. Proprio tale è il fascino di questo muro di vetro, il quale consente di far entrare la strada nell'edificio e,

al contempo, di portare l'interno dell'edificio fuori, sulla strada. Grazie a questo reciproco scambio, nella vetrina si crea uno spazio nuovo che, nutrendosi di questa ambivalenza, si può definire come un luogo altro, un *alibi* verosimile ma innaturale, soggetto a continue mutazioni: le sue caratteristiche si configurano in base a fattori che non riguardano strettamente, o almeno esclusivamente, la valorizzazione della merce offerta, consentendo così paradossalmente a questo "non luogo" di svolgere una parte attiva anche nella definizione della fisionomia della strada. Nonostante la vetrina, proprio per questo suo porsi anche come elemento del tessuto urbano, assuma dal punto di vista pubblicitario un ruolo di primaria importanza, dato che svolge, per dirla con le parole di Bruno Munari, tra i primi in Italia a studiarne gli allestimenti, una «azione diretta» sul pubblico, nel nostro paese i progettisti non si



Cartonati per la vetrina di Albe Steiner del dicembre 1951 per la Rinascente

sono interessati sistematicamente alla vetrina e alle modalità del suo allestimento prima degli anni cinquanta. Sin dagli albori di queste ricerche si afferma sostanzialmente quella che lo stesso Bruno Munari definisce la tendenza “moderna”, ossia la tendenza che impone di mettere al centro dell’attenzione la merce, per esaltarne le qualità e offrire al fruitore tutti gli elementi necessari per compiere un acquisto soddisfacente. Come, però, ha ricordato recentemente anche Ugo Volli, la pubblicità può offrire «uno spazio e un tempo artificiali, narrativi», in cui «raccontare favole e storie fantastiche» e la vetrina, proprio per la sua natura di ambiente fittizio seppur concretamente inserito nel prospetto urbanistico, si può collocare con naturalezza in questa dimensione artificiale e fantastica. Come accade apertamente nel caso delle vetrine progettate da Albe Steiner per La Rinascente di piazza del Duomo a Milano, tra il 1951 e il 1955, che si offrono come alcune fra le prime sperimentazioni in Italia intorno a questa tipologia progettuale di ambienti pubblicitari. Certi suoi allestimenti, progettati e realizzati in questa sede, sembrano volersi letteralmente fondere con lo spazio della strada, quasi confondersi con esso, rappresentandone una ideale continuazione e, staccandosi nettamente dall’architettura che li contiene, diventano un virtuale luogo pubblico che potremmo definire un «elemento se non circense almeno spettacolare del commercio». Steiner, infatti, in questa sua meno nota ma molto significativa veste di progettista di vetrine, si orienta, con particolare attenzione su spazi composti come ‘ambienti e racconti’ in cui sperimenta elementi prefabbricati e componibili, moduli ripetibili, anche se piuttosto originali, imponendo il suo discorso della vetrina come narrazione, come sceneggiatura. Sappiamo infatti che egli distingueva due tipologie di vetrine che potevano attrarre per motivazioni diverse il pubblico: la «vetrina composta, impaginata come un catalogo» e la «vetrina di suggerimento come ambiente e come racconto». Per La Rina-

scente, la sua prima importante esperienza in un grande magazzino, egli opta spesso, soprattutto in occasione delle prime campagne che gli vengono affidate, per questa seconda soluzione, mettendo in atto delle scelte che giungono a rendere davvero molto permeabile il confine tra lo spazio reale della città che circonda il negozio e lo spazio chiuso della vetrina, intesa quasi come un palcoscenico. Ciò è potuto accadere, molto probabilmente, anche in virtù del fatto che Steiner ha sempre inteso il progetto comunicativo in termini di immediatezza, cercando un rapporto il più possibile diretto col pubblico. Sembra insomma che egli volesse assolutamente sfuggire quell’effetto che denunciava Raffaele Baldini nel 1954, quando sosteneva che «qualche vetrina del centro sembra una ‘composizione’, un fatto conchiuso e perfetto. Il prodotto vi è diventato un elemento decorativo, il pretesto che permette al grafico di darsi ad estenuanti esercitazioni di calligrafia». Per Steiner la vetrina è una cosa pubblica, secondo quella posizione etica che ha guidato sempre il suo fare e, anche per questo, le sue ricerche nel nostro ambito, seppure poco studiate, sono di particolare interesse pure per una definizione più precisa della sua fisionomia di progettista e grafico. Quando Steiner inizia la sua collaborazione con La Rinascente, il grande magazzino storico del centro di Milano ha appena riaperto i battenti, ricostruito dopo essere stato distrutto dai bombardamenti del 6 luglio 1943: l’inaugurazione della nuova sede avviene il 4 dicembre del 1950. Nel caso del contributo di Steiner, mi preme – in primo luogo – fare una precisazione, che credo necessaria: risulta chiaro che egli fu specificamente assunto nella funzione di progettista delle vetrine, mentre proprio in quegli stessi anni a Max Huber viene dato l’incarico di occuparsi della grafica: anche nelle vetrine di Steiner, infatti, ricorrono spesso alcuni elementi grafici ideati da Huber per il grande magazzino. In quali termini, dunque, questi allestimenti si offrono come originali e in controtendenza rispetto alle



Milano, La Rinascente, 1951



Albe Steiner, Vetrina per la filiale di piazza del Duomo di Milano de La Rinascente, 1951

differenti modalità di immaginare questi spazi allora in voga in Italia? Sebbene sia, ovviamente, lasciato ampio spazio ai “prodotti” che vanno pubblicizzati, Steiner sceglie di non isolarli, di non presentarli semplicemente, ma opta per la soluzione di ambientarli in un contesto che, nella sua scenografica teatralità, si offre come un “doppio” della strada, quasi che il passante si trovasse di fronte ad una piazzetta, ad una via laterale, dove alcune persone compiono gesti normali e familiari. Il desiderio di ricreare uno spazio declinato il più possibile sul registro della verosimiglianza, che coinvolga chi passa in un immaginario e affascinante gioco di specchi, è evidente sin dalla succitata prima vetrina del progettista, destinata ad accompagnare i giorni di riapertura del grande magazzino, nel gennaio del 1951. Rubiamo le parole ad Anna Steiner per descrivere questo allestimento: «quasi una mostra. Per la prima volta non manichini tradizionali, ma essenziali sagome fotografiche di persone che camminano per la città». La soluzione, oltre che felice, è indubbiamente molto originale. Di fronte a questa vetrina, probabilmente, si doveva avere l'impressione di incrociare delle passanti, delle donne sorridenti che

passeggiavano indaffarate. Nei progetti per molte delle campagne che gli furono affidate, e anche nelle loro effettive realizzazioni, non possiamo non constatare come Steiner abbia puntato sull'idea di costruire una vera e propria macchina narrativa, i cui elementi sono spesso quelli dell'arredo urbano: brani di paesi e città immaginarie, che si collocano in stretta continuità con l'ambiente circostante. Campeggiano così, sotto i portici de La Rinascente, panchine sulle quali sono poggiati abiti di stagione, ma sui cui siedono pure due personaggi, che, indifferenti, volgono la schiena a chi si sofferma a guardare; in un'altra occasione, un gelataio con il suo carretto porge a due bambini i loro coni, mentre attorno a loro giovani signore sfoggiano vestiti eleganti e alla moda; un'altra volta, su strade di legno, che virtualmente continuano dipinte nel fondale, alcuni giovani in perfetta tenuta sportiva sfrecciano con le loro “vespe”. In taluni casi, addirittura, Steiner è riuscito a realizzare dei perfetti giochi illusionistici, coinvolgendo a tal punto lo spettatore da rendere la separazione tra lo spazio della città e quello del negozio quasi più sottile del vetro che li divide.

C. CASERO

Ricerche di S/Confine, vol. II, n. 1

LA COSCIENZA DEL DESIGNER

Nella realizzazione di un progetto di imballaggio, gli elementi fondamentali sono tre: 1) capire il tema; 2) visualizzarlo con un progetto fedelissimo al vero; 3) eseguirlo, vale a dire metterlo in produzione tenendo conto di tutte le implicazioni dei primi due punti, cioè curando la conservazione e la presentazione del prodotto. I settori merceologici per i quali il designer può essere chiamato a progettare l'imballaggio sono diversissimi: dai casalinghi, agli elettrodomestici, alla profumeria, alla cosmesi, alla cartoleria, all'editoria, all'alimentaristica e alla farmaceutica; è indispensabile una conoscenza non superficiale dello specifico prodotto, occorre cioè capire il tema. A questo punto è necessario trovare la forma che, non tanto consenta di aumentare o forzare i consumi, ma ottemperare a un dovere e a un impegno sociale, consenta cioè alla gente di utilizza-re un

dato prodotto senza esserne schiavizzata o influenzata in casa, e senza cioè creare imbarazzi o remore anche nel gettare una scatola o una confezione. Lo scopo dell'imballaggio è solo quello di facilitare al consumatore l'uso di un prodotto necessario o utile. Il colore ha una duplice utilizzazione: se da un lato deve essere in funzione della destinazione (occorre evitare di mettere gli spinaci in blu o in rosso), dall'altro deve servire alla manipolazione nelle varie fasi di fabbricazione o condizionamento del prodotto. Prima di arrivare al negozio, l'imballaggio serve nella catena di montaggio, nel magazzino, nella spedizione, nel container e nel magazzino del negozio stesso. Un prodotto farmaceutico, ad esempio, non occorre che gridi tanto, deve solo indicare immediatamente le proprie caratteristiche al medico farmacista. Anche nel settore della distribuzione di beni di largo



Imballaggi di Steiner
per Aurora, 1960 e Stilla, 1959

consumo le caratteristiche di visualizzazione devono essere intese come servizio e non tanto, o almeno non esclusivamente, come ausilio per la vendita con gli occhi. Questo vale ancor più per la moda, che non è ancora imballata, anche se la linea di tendenza sembra quella della vendita in scatola anche del vestito o della camicia. Ciò che conta è che la confezione non costi più del prodotto, anzi costi sempre meno, e serva ad aumentare la diffusione dei generi di prima necessità, fermo restando il diritto per il consumatore di giudicare il prodotto. Quest'ultima riflessione introduce immediatamente alcune note di etica professionale. Se il prodotto non corrisponde a certe regole o a certe intenzioni, il disegnatore deve rifiutarsi di collaborare, per non essere correo di una truffa nei confronti della società e dei consumatori. Ci sono prodotti adulterati che hanno bellissimi imballaggi,

anzi capita che bellezza e appariscenza dell'imballaggio siano inversamente proporzionali alla bontà del prodotto: in questi casi la parcella del disegnatore è spesso il pagamento per una complicità. Se un prodotto è truffaldino, tutti sono corresponsabili. Se, ad esempio nei detersivi, ci sono ingredienti pericolosi, oltre al fabbricante bisogna colpire anche quel disegnatore che si presta a scrivere con corpi grandissimi frasi false o mistificatrici. Il consumatore viene prima del prodotto, quindi la grafica pubblicitaria deve essere al servizio del pubblico e spingere solo quei prodotti che sono utili anche al consumatore.

A. STEINER
Il mestiere di grafico



