

Giancarlo Iliprandi

una grammatica ritrovata

prefazione di Maurizio Sala

COMUNICATO STAMPA

Questo libro, sesto della collana “progettazione visiva” edito da Lupetti, si stacca decisamente dai precedenti. Che l'autore definisce indagine tecnico/estetica sull'uso del carattere tipografico. E ben diverso pare l'accento alla grammatica che, in sottovoce, viene a proporsi come sintassi.

I primi tre manuali derivano dall'esperienza maturata tenendo, all'Umanitaria, un corso di cultura grafica. Termine ambiguo. Perché la grafica, intesa come atto del progettare per segni, è di per sé cultura. Termine che sarebbe stato meglio sostituire, allora, anni 60, con un più esplicito “laboratorio di nozioni e complementi alla teoria e prassi del progetto”. Definizione tanto tortuoso quanto presuntuosa.

Il corso per assistenti grafici della Società Umanitaria patì una fine ingloriosa durante il '68, e non per mano degli studenti. A Milano nel frattempo era stato fondato l'Art directors Club. Che riuniva i responsabili artistici, meglio estetici, di case editrici, giornali e riviste, agenzie di pubblicità e, persino, i migliori freelance del mercato. Progettisti grafici che mettevano la loro esperienza al servizio di clienti particolarmente prestigiosi. Come Pirelli, Olivetti, Rinascente, Fiat, RAI, Bassetti e tutti gli altri.

Garibaldo Marussi, noto critico d'arte e direttore della rivista le Arti (al tempo la massima rassegna del mondo creativo) molto attento ai “movimenti” chiese a Giancarlo Iliprandi, presidente dell'Art Directors Club Milano, di raccontare ai lettori cosa fosse mai questa comunicazione visiva. Redigendo dodici articoli, una annata della rivista.

Gli articoli, fortunatamente ritrovati ed editati per merito di questi lupetti, stupiscono per la continua attualità. A parte certi capitoli evidentemente didattici (come quello sul bianchenero oppure colore, quello sul pop oppure op e quello, quasi ovvio, sulla illusione o realtà) varrebbe la pena di rileggersi il terzo dedicato al segno che sa farsi simbolo. Senza tralasciare i velati attacchi al mondo della pubblicità di allora, e la conclusione del capitolo undicesimo. Che rivendica il parallelo tra arte e comunicazione “Noi siamo l'esatto progetto dei progetti che proponiamo. L'uomo è l'autoritratto di se stesso”.

Non a caso gli articoli erano stati allora lodati da Gillo Dorfles.

Iliprandi ha fondato nel 1993 con Monica Fumagalli la Iliprandi Associati che si occupa prevalentemente di comunicazione aziendale, comunicazione editoriale, comunicazione ambientale.

