La qualità grafica

Da Norberto Chaves

Il dilemma sui criteri di valutazione della qualità: formule o formazione?

Alcuni docenti di grafica pubblicitaria mi hanno confessato quanto sia difficile per loro spiegare ai loro studenti cosa sia la qualità grafica: come si distingue e come può essere "misurata". La semplice dichiarazione di questa difficoltà è motivo di preoccupazione; dà la prova che l□insegnante esita, inciampa, cioè fallisce nella sua funzione fondamentale, che è quella di trasmettere quella conoscenza essenziale ad un grafico.

Cercando di superare la tempesta in quel mare di dubbi, la comunità di grafici lancia diverse "salvagenti" alternativi o complementari.

Alcuni abbracciano l□argomento dell□arte, come una semplice parola magica. Se non riescono ad accedere ad un concetto obiettivo del disegno, sono più che disarmati davanti all□enigma dell□arte. Ma, appunto, l□affermazione che il disegno sia arte li esenta dalle spiegazioni. Le loro opere non richiedono spiegazioni poiché "l□arte nasce dalle profondità insondabile dell□immaginazione"... E il problema è risolto.

Altri scelgono un percorso opposto ma ugualmente irrilevante: la scienza – o quello che presumibilmente chiamano "teoria" – e in essa ripongono tutte le loro speranze di salvezza. Per queste persone, la scienza non solo fornisce una spiegazione del disegno, ma fornisce anche strumenti "oggettivi" per garantire la qualità dello stesso. Un pregiudizio che le scienze stesse rifiutano apertamente. Nessun messaggio è il prodotto della linguistica, della semiotica o persino della teoria della comunicazione. Ma solo le scienze lo sanno, non i grafici che le mitigano.

Un terzo gruppo lascia da parte queste argomentazioni arcaiche e va avanti affidandosi alla tecnologia, ed è inutile dirlo, alle tecnologie della comunicazione, e dell□informazione. Questi cadono completamente imprigionati nel famoso anatema di Mc Luhan: il mezzo è il messaggio. Hanno messo il carro davanti ai buoi.

In definitiva, nessuna di queste tre posizioni risponde alla domanda di quell□insegnante su cosa sia la qualità grafica. La risposta dovrebbe essere, invece, molto semplice da trovare: la qualità grafica, della comunicazione grafica, è un prodotto della cultura grafica; perché la comunicazione non è altro che la cultura in circolazione e la cultura è comunicazione in uno stato latente. La domanda, quindi, cambia: cos□è la cultura?

Con la speranza di collaborare in modo che quei docenti escano dalla trappola ho scritto ciò che segue. E per allargare l□orizzonte con uno sguardo più aperto e favorire la comprensione della qualità con un semplice confronto, ho ritenuto opportuno parlare prima di qualità

culturale in generale. Iniziamo con la musica.

Le persone che amano la musica classica sono una minoranza, rispetto all□enorme parte della società che non ha alcun contatto con essa. Tuttavia, per più di due secoli non si è mai sentito qualcuno che affermi che Mozart sia un musicista incapace. Tutti riconoscono l□esistenza di una cultura musicale ineccepibile, parte del patrimonio generale, indipendentemente dal fatto che piaccia o no.

Detto in altre parole, affinché tu riconosca l□enorme valore culturale di Mozart non è obbligatorio che ti piaccia, è solo obbligatorio che tu riconosca la sua gerarchia. Ecco come si stabilisce la differenza tra gusto culturale e valore culturale. E lo stesso si può dire di ogni altro campo della cultura.

A me manca tutta la formazione scientifica e non mi interessa affatto acquisirla; ma non ho dubbi sul fatto che che Albert Einstein sia stato un talento in fisica e ci abbia tramandato conoscenze insospettate e, ancora oggi, rivoluzionarie. Allo stesso modo, non mi interessa affatto lo sport; ma non sono così sciocco da ignorare le capacità sportive, quasi artistiche, di un Mohamed Ali: devi essere cieco per non essere sorpreso di vederlo come volteggiare sul ring. È triste doverlo ricordare; ma la cultura esiste come i fiumi o le montagne.

Se non ti fa emozionare Bach, ma nemmeno Freddy Mercury, Edith Piaff e Compay Segundo; se Chabela Vargas o Celia Cruz ti lasciano indifferente come Claudio Monteverdi, è semplicemente perché ti manca la cultura musicale in tutti i generi.

Se non riconosci la perfezione di un Toulouse-Lautrec, di un Disney, di un Picasso o di un buon graffitista, è perché ti manca la cultura visiva. Se non distingui una buona paella da una industriale precotta o ignori quale sia il punto esatto di cottura della carne alla brace argentina, vuol dire che le tue papille gustative non funzionano. Se versi cubetti di ghiaccio al vino o allo champagne; al pesto, formaggio grattugiato; e al sottofiletto, ketchup… (quale aggettivo potrei usare per non offenderti?)

La qualità culturale non può essere spiegata: o si perepisce o no. E per percepirla, è necessario passare attraverso un□intensa e lunga esperienza di osservazione dei capolavori. Preferibilmente dall□inizio dell□adolescenza; perché dopo di solito è troppo tardi.

E come si fa a sapere quali sono i capolavori? Semplicemente chiedendo – come fa il bambino – perché tutti lo sanno. Lo sanno i musei, le biblioteche, gli auditorium, e i teatri. Lo sa l□insegnante di letteratura, di disegno, di fotografia, di pianoforte, lo chef e, presumibilmente, l□insegnante di grafica.

Chiunque sostenga che la qualità culturale è soggettiva e, quindi, relativa, lo dice semplicemente perché non la conosce. Una persona incolta manca di un posto legittimo nella comunità. Per farne parte, devi sapere qualcosa.

Un muratore di qualità rileva ad occhio nudo se le piastrelle sono state posizionate correttamente: lì dove vediamo qualcosa di normale, vede qualcosa di imperfetto. Solo osservando la venatura del legno, un liutaio sa se quella chitarra suonerà bene o no. Un grafico non può dubitare del grado di qualità grafica di un prodotto: davanti al marchio Pepsi deve sentirsi disgustato mentre davanti al marchio della della Coca Cola, dovrebbe

inginocchiarsi.

Un grafico che non percepisce la bellezza di una font Garamond, non potrà nemmeno capire la miseria delle tipografie inventate da grafici analfabeti. Il rilevamento della qualità culturale su tutti i piani è difficile solo per la persona non istruita; perché la cultura è il suo modello di qualità.

E la grafica non è un□invenzione del disegno ma un campo della cultura millenaria, anche prima dell□architettura. Nel cronogramma della storia della grafica, il disegno occupa un segmento impercettibile. La grafica eredita questi millenni e li mette in azione. La grafica pubblicitaria è la creazione di messaggi grafici attraverso i codici della comunicazione grafica, i codici che lo precedono e lo superano.

La convinzione che la progettazione grafica può essere realizzata senza una cultura grafica o, peggio ancora, ignorando la sua esistenza, è solo uno dei tanti sintomi del processo di deculturazione scatenato dalla società di massa e dei consumi. Un grafico che produce al di fuori della cultura grafica genererà semplicemente spazzatura, scarabocchi senza alcun valore.

Tutto ciò che rallenti il processo per poter installare nello studente la conoscenza e la padronanza di quell□eredità, ritarderà il suo allenamento e creerà in lui la falsa consapevolezza che disegnare significa inventare forme "ingegnose" da zero e dalle sue stesse ricorrenze o ricette personali miracolose.

La qualità grafica di un marchio, per esempio, non dipende dal gusto di nessuno e, molto meno, dei consumatori. È molto probabile che i consumatori di hamburger sintetici trovino il marchio Burger King più simpatico del marchio molto sobrio di Mc Donald□s. Ma questo non è un motivo per cui McDonald□s si possa pentire del suo marchio, al contrario.

La stragrande maggioranza dei marchi nel mondo della moda ha un□eccellente qualità grafica. Per quale motivo? Non è un mistero: gli stilisti e i loro dirigenti hanno, per mestiere, una sensibilità estetica superiore, rispetto, ad esempio, a quella dei responsabili marketing delle aziende di servizi pubblici, e un□istruzione culturale superiore. Nessuno potrà mai vendergli della spazzatura grafica. In poche parole: o sei colto o non sei un grafico. Un grafico privo, almeno, di cultura grafica, è un pericolo per la società, a cominciare dai suoi clienti.

Con queste riflessioni possiamo forse ridurre lo stress a quegli insegnanti che sono preoccupati di spiegare la qualità. La cultura circola essenzialmente dall□inconscio, esattamente come il linguaggio, che è il luogo in cui è ispirato. Sebbene gli analisti specializzati possano svelare alcune delle loro leggi, il maggior volume della loro verità rimarrà sempre nascosto, solo registrabile attraverso la sensibilità. E la sensibilità è qualcosa di pelle: e si acquisisce per contatto.

L□unico modo per poter differenziare una buona interpretazione di "Guatanamera"da un□errata, o di un "Ave Maria" è quello di sviluppare "orecchio musicale". E l□unico modo conosciuto per sviluppare l□orecchio musicale è ascoltare molta buona musica. Se non sai cosa sia la buona musica, chiedi a chi lo sa. Identicamente, succede con la progettazione grafica. Il grafico deve sviluppare «occhio grafico», con lo stesso metodo. Prima o poi, i tuoi

occhi rileveranno la qualità.

Pertanto, invece di complicarsi la vita teorizzando sulla qualità grafica, gli insegnanti dovrebbero dire ai loro studenti: “la qualità grafica è questa” e poi travolgerli con le immagini delle migliori grafiche del mondo. Non con quelli che preferiscono, ma con quelli in cui tutti sono d□accordo; quelli che nessuno discute, perché la qualità culturale non è soggettiva. Come il lavoro di Mozart non lo è. Se lo fosse, tutto il patrimonio culturale dell□umanità svanirebbe nell□aria.

Certo, c□è un volume importante di opere opulente, che occupano un□area di oscurità tra l□eccellenza e l□inqualificabile; ma ciò può essere analizzato solo dopo aver imparato a distinguere l□eccelenza dall□inqualificabile.

Prima di “insegnare come disegnare” devi educare a quel primate che, prima di entrare nell□università, ha passato quasi due decenni a mangiare immondizie, per bocca, con gli occhi, con le orecchie... e vai tu a sapere attraverso quanti altri posti .

L□insegnante di grafica pubblicitaria è un□interfaccia tra la cultura grafica e il giovane vergine. La sua prima missione è immergerlo nel patrimonio grafico dell□umanità. Più tardi sarà più facile insegnargli come disegnare, dal momento che tutte le risorse grafiche saranno attivate sul suo “hard disk”, e la sua pura sensibilità gli permetterà di selezionarle e combinarle correttamente.

Per formare qualcuno devi essere ben allenato e questo non garantisce alcun titolo. Garantisce la voracità culturale dell□insegnante e la sua esperienza nella produzione di autentica cultura. Un professore di grafica che non ha assorbito la cultura grafica in tutte le sue manifestazioni, è come un insegnante di piano che non sa leggere una partitura e canticchiarla.

Nel mondo della grafica, una massa analfabeta continua a gettare rifiuti su una società ignara e indifesa. Fortunatamente, i grafici di tutte le età e in molti paesi hanno assunto la loro responsabilità culturale e lavorano per coltivare la cultura grafica e per garantirne la continuità. Come lo fanno i pianisti, gli illustratori, i pittori, i liutai e i muratori.

Allo studente viene data l□alternativa: unirsi alla ciurma dei professinisti opportunisti e ottenere un lavoro stabile in una di quelle multinazionali che seminano sale nelle colture, o unirsi alla saga del bene.

Pubblicato su 04/09/2020

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/it/articoli/la-qualita-grafica