

'Penetriamo nuovamente in epoche che non aspettano dal filosofo né una spiegazione né una trasformazione del mondo, ma la costruzione di rifugi contro l'inclemenza del tempo' Nicolás Gómez Dávila

Questo numero

Di nuovo siamo in arretrato, le ferie fanno accumulare il materiale. In questo numero presentiamo, era pronto da tempo, un condivisibile sfogo/riflessione di Gabriella Rouf, ma prima una nota della Direzione e il racconto del realizzatore dei nuovi caratteri.



Novità

In rete, dove le newsletter del Covile sono presentate con altri caratteri, meglio leggibili a video quando in formato piccolo, tutto questo non si capirà, ma gli amici iscritti (i.e. che hanno richiesto e *ottenuto* l'iscrizione) che le ricevono in formato PDF e che spesso, mi dicono, le stampano, vedranno delle notevoli differenze.

Per farla breve l'intero disegno delle pagine è cambiato ed anche i caratteri utilizzati. Quelli che state leggendo sono il frutto dell'*amorosa* digitalizzazione (nonché della liberale disponibilità) dell'Ingegnere Iginio Marini di quelli fatti realizzare in anni lontani dal reverendo John Fell¹ (1625-86) per la *Oxford University Press*. Oltre agli ornamenti, che si sommeranno a quelli di

William Morris, dei vari tipi digitalizzati da Marini, abbiamo scelto per il testo normale i *De Walpergen Pica*.



I motivi della novità sono molteplici:

1. *Vive la différence!* Sottolineare quella tra il circolo degli iscritti e la folla che legge occasionalmente il Covile in rete.
2. Non accettare una perdita di possibilità estetiche e compositive al fine di consentire lo stesso risultato sia su stampa che su video (insomma il modello unisex), ma preparare due edizioni, ciascuna la migliore possibile per il suo media.
3. Mostrare quanto più vivo, bello e naturale è quello che si ottiene con allineamenti e simmetrie meno perfette e assolute.
4. Mostrare che una tecnica più sofisticata non necessariamente produce risultati più poveri, ma tutt'altro ...
5. La patologica insoddisfazione di chi cerca di fare bene le cose².
6. Onorare in qualche modo gli impegni che l'aumento del prestigio della newsletter, merito tutto dei collaboratori vecchi e nuovi, imponevano al curatore. Aristotelicamente la forma deve andare in accordo col contenuto...

STEFANO BORSELLI

¹ Doveva proprio essere un osso duro il Dottor Fell, se l'indisciplinato Thomas Brown arrivò a comporre questa "traduzione" di un epigramma di Marziale: "I do not love thee Dr Fell / The reason why I cannot tell; / But this I know and know full well, / I do not love thee, Dr Fell"

² Vedi le nostre linee guida in *Consonanze: fatica e orgoglio dei costruttori*.

I caratteri *Fell* ed alcuni caratteri *revival* (di Iginò Marini)

Fonte: <http://iginomarini.com/fell>

Ho iniziato la digitalizzazione dei caratteri *Fell* nel 2000. Tre libri sono stati utilizzati come fonte:

* Stanley Morison: *THE ROMAN ITALIC & BLACK LETTER bequeathed to University of Oxford by Dr. JOHN FELL*, Oxford University Press, 1951

* Stanley Morison: *JOHN FELL The University Press and the 'Fell' Types*, Oxford University Press, 1967

* Horace Hart: *Notes on a Century of Typography at the University Press Oxford, 1693-1794*, Oxford, The Clarendon Press, 1970

Il primo ed il secondo sono stampati con i caratteri originali sui moderni tipi di carta. La maggior parte dei modelli sono presi da loro. Il terzo è un fac-simile di quello originale del 1900, a cura di Harry Carter. Solo alcuni modelli di carattere della *De Walpergen Pica* sono state presi da quest'ultimo. Per evitare di alterare l'originale taglio, in particolare per i glifi [i singoli caratteri] che sono "poveri di inchiostro", molte immagini sono state digitalizzate e per ogni glifo utilizzati i migliori esempi. Nel suo *The Fell Types—What has been done in and about them* (Oxford University Press, New York, 1968), Harry Carter, dichiarava:

«l'imperfezione tecnica è senza dubbio insita nei caratteri *Fell* in stampa. I caratteri differiscono in altezza in una misura che fa orrore ad un dise-

gnatore di font e mette alla prova la pazienza di un tipografo; i loro glifi non sono orizzontali, molti non sono tagliati ad angolo corretto con la verticale. Con l'ausilio di tecniche moderne sarebbe possibile aggiustarli, ma finora nessuno osa proporlo perché così la differenza tra i *Fell* e gli altri tipi sarebbe persa».

[...]

Motivi per un *revival*

Prima di tutto: l'Amore. L'amore per la bellezza di questi caratteri, che non mi sono mai stancato di guardare. Fin dal momento in cui li ho visti per la prima volta, ho desiderato di poterli usare, così ho cominciato ad imparare come costruire un carattere tipografico. E dopo averli digitalizzati ho iniziato a pensare a come spaziarli (è stato così difficile!): questa analisi ha portato a *iKern*³, uno strumento software per l'*autospacing* e l'*autokerning* che ho sviluppato a partire dal 2002. Posso certamente dire che senza *iKern* i tipi *Fell* non esisterebbero: i loro "errori" tipografici (*grazie* variabili da lettera a lettera, anche all'interno della stessa lettera, le altezze difformi e l'incoerente slancio degli angoli, i pesi diversi e molti altre belle stranezze e amenità) mi hanno spinto a una profonda generalizzazione del modello matematico evitando scorciatoie ed aprendo percorsi che diversamente non avrei neppure immaginato.

IGINÒ MARINI



³URL: www.ikern.com/

Mostre mostruose (di Gabriella Rouf)

Da vari anni la tendenza a investire in campo culturale nelle «Grandi Mostre», le «Mostre Evento», si avvale di un'apparente crescita di interesse culturale di massa verso l'arte e i beni culturali in generale, documentata con numero di visitatori, gite organizzate, eco sui media. Dico apparente, perché al di là dell'ambiguità di una valutazione quantitativa nella cultura, che dei fenomeni meramente quantitativi dovrebbe essere coscienza critica e correttivo, è altresì evidente che — accettando il criterio statistico e per così dire contabile — il rapporto costi-benefici che ne risulta è assolutamente sfavorevole nel quadro di una politica di investimenti nel settore.



Infatti le Grandi Mostre, movimentando opere con costi abnormi, allestimenti faraonici, dispendio nell'effimero, impiego di personale precario, appesantimento delle infrastrutture e logica speculativa nei servizi, vanno a discapito di una politica di investimento in un Paese che ha nel suo patrimonio ambientale e artistico diffuso capillarmente (pur con alcune eccellenze) la sua principale risorsa, ahimè ferita dagli scempi degli ultimi due secoli e delle guerre, ma sempre unica al mondo: una risorsa economica generalizzata, equamente distribuita sul territorio a correzione di storici squilibri, d'incredibile ricchezza, diversità, stratificazione temporale e livello di conservazione.



Se la spesa si concentra e consuma su eventi puntuali, in una superfetazione effimera (spesso irrispettosa degli equilibri storico-artistici anch'essi essenziali alla lettura dell'opera), è addirittura controproducente in quanto distoglie e impiega in forma speculativa a breve termine quanto dovrebbe tutelare, stabilizzare, arricchire e valorizzare il patrimonio, che ad essa preesiste e/o la contiene, ed è spesso paradossalmente ignorato e resterà ignoto e relitto (quando non devastato) dopo la conclusione dell'evento. Chiunque può rendersi conto degli interessi che girano intorno alle Mostre e quali apparati abbia prodotto il mercato degli sponsor.



L'arbitrarietà, la banalità, le tematiche pretestuose a cui fanno spia il cattivo gusto e l'approssimazione dei titoli (Es: *Arte genio follia*, *Emozioni in terracotta...*), l'assurdo viaggiare di opere d'arte da un continente all'altro come icone propagandistiche, ... e il paradosso, di segno opposto, dei casi in cui si sconciano di pannellature le sale di un edificio storico o di un museo per esporre (con uno stile che le rende praticamente inguardabili) opere che sono normalmente visibili nella stessa sede e nella stessa città. E le mostre di scultura a soggetto sacro, tolte dalle Chiese e quindi da un contesto necessario in termini spaziali e di lettura... ed esibite come in maxi presepi con effetto grottesco... E i cataloghi, che finiscono in breve tempo nei Reminders dopo aver scoraggiato i visitatori col loro peso e col loro costo, mentre la maggior parte dei musei ed edifici storici manca di guide e di pubblicazioni di qualità...



Questa mia generalizzazione non riguarda i casi in cui la Mostra rende possibile la visione di opere normalmente assenti dal nostro territorio, presentate con competenza e coerenza (penso alla Mostra *America!* a Brescia), o dell'esposizione itinerante di opere provenienti da sedi in riordino (Accademia Carrara) e tanti altri casi in cui il buon senso, l'iniziativa e la capacità organizzativa offrono una «opportunità in più» per vedere dal vivo opere normalmente accessibili solo su pubblicazioni o internet.



Ma si tratta appunto di opportunità in più che non possono essere in alternativa all'investimento pubblico sul patrimonio: negli altri casi è controproducente perché sottrae risorse (il «ciò che si vede, ciò che non si vede» di Bastiat), e peggio le disperde nell'effimero, e quando le luci si spengono, i pannelli si rottamano, le hostess dismettono il tailleur, resta l'atrio desertico del museo, un malinconico custode, l'orario ridotto.



La spettacolarizzazione delle Mostre non è necessaria e opportuna per un richiamo di massa, perché le caratteristiche stesse del nostro patrimonio artistico e ambientale, la sua ricchezza umana e tradizionale, la sempre viva esperienza del sacro nell'arte, la contiguità con l'artigianato, i mestieri, il folklore, evidenzia un modello diverso, ben più produttivo e affascinante, che coordini le forme moderne della promozione turistica con un'offerta di turismo culturale che fa della sostenibilità, del policentrismo, dell'originalità, un vantaggio e non un limite.



Non penso ad un «turismo colto, austero e fai da te», come finiscono per proporre alcune timide per quanto raffinatissime micromostre sul territorio, quanto a risolte campagne di valorizzazione di circuiti a cui corrisponda un deciso, vistoso elevamento dei livelli di accessibilità (con arresto e possibilmente inversione della musealizzazione delle opere) della qualità delle opere (restauri), degli allestimenti, dei servizi, del personale, della promozione e dell'immagine. Esigenze ben presenti, ma a cui paradossalmente non si dà risposta per motivi di spesa, quando si tratta di attivare una risorsa enorme e praticamente inesauribile, interessante sia per gli sponsor che per gli investitori del terziario. In ogni caso, ove si spreca non si fa comunque cultura e il cattivo gusto delle scenografie stinge anche sui capolavori.

GABRIELLA ROUF

